المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم العالي
جامعة أم القرى
مكة المكرمة

بحوث

المؤتمر الثاني للأدباء السعوديين

المنعقد في مكة المكرمة في المدة

٥ ـ ٧ شعبان ١٤١٩ هـ

﴿ الجزء الأول ﴾

١٤٢٠ هـ ـ ١٩٩٩ م

٩٠٠٠٠٢٥-٢

إشكاليات توزيع الكتاب السعودي
والحلول المقترحـــة

بحث مقدم للمؤتمر الثاني للأدباء ا لسعوديين الذي رعته
جامعة أم القرى في الفترة من ٥ ـ ٧ شعبان

إعـــداد
فـهـد بـن مـحـمـد الـدرعـان
عضو هيئة التدريس في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

المقدمة

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيد المرسلين ، صلى الله عليه وسلم تسليما ،، وبعد:

فإن الاهتمام بقضايا الكتاب السعودي وشؤونه المختلفة والمتعددة يعد من الأمور المطلوبة من مختلف الباحثين والكتاب ؛ إذ إن هذا الموضوع يدخل في محيط العلاقة التي لا ينبغي أن ينفك عنها مؤلف أو كاتب ، فكلٌّ يحب أن يرى كتابه أو بحثه منتشراً في أكبر بقعة جغرافية ، وبين أكبر عدد من القراء ، وإذا كان الأمر كذلك فعلى المؤلفين والكتاب والناشرين والموزعين السعوديين أن يدعموا هذا الاتجاه البحثي ، لأن الكل مستفيد، وسيحصل على قسط من الأثر الراجع عليه بقدر ما تسهم به هذه البحوث من تلمس لقضايا الكتاب السعودي نشراً وتوزيعاً ، وبقدر ما تسهم به أيضاً من حلول مدروسة تسهم في رفع كفاءة الثقافة المحلية والعربية وشأنها على أساس أنها ثقافة أمة تنطق بالعربية التي هي لغة القرآن الكريم .

إن البحث الذي بين أيدينا الذي عنون : **بإشكاليات توزيع الكتاب السعودي والحلول المقترحة** قد تناول هذا الموضوع عبر مباحث ثلاثة ، حيث ركز المبحث الأول على مفهوم التوزيع والتسويق ، وقد تطرق المبحث الثاني لإشكاليات توزيع الكتاب السعودي ، أمّا المحور الثالث فخصصه الباحث للحلول المقترحة لهذه الإشكاليات ، هذا بالإضافة إلى ذكر بعض الاقتراحات الإضافية التي تساعد في عملية التوزيع الجيد للكتاب السعودي .

وفي هذا المقام لا يسعني إلا أن أشكر لكل من كان له دور في إظهار هذا العمل إلى حيز الوجود ، وأخص بالشكر كلية العلوم الاجتماعية ، وقسم المكتبات والمعلومات على ترشيحي لحضور هذا المؤتمر والإسهام بالكتابة في أحد محاوره، والشكر موصولٌ لمعالي مدير الجامعة على تفضله بالموافقة على هذا الترشيح ، والشكر كذلك النشر والتوزيع السعودية التي استجابت وأجابت على أسئلة الاستبانة التي أرسلت إليهم ، كما أجد نفسي ممتناً كثيراً لجامعة أم القرى التي ترعى مثل هذه المؤتمرات ، التي تأتي تأكيداً لدورها في المجتمع ، وتلبية لحاجاته، فجزاها الله عنا كل خير.

وفق الله الجميع لما يحبه ويرضى ،،

الباحث

فهد بن محمد بن سعود الدرعان

عضو هيئة التدريس في جامعة الإمام

كلية العلوم الاجتماعية ــ قسم المكتبات والمعلومات

المبحث الأول : مفهوم التوزيع والتسويق :

أولاً : المدلول اللغوي للتوزيع :

تتناول الموسوعات العربية اللغوية هذه الكلمة بتركيبها الحرفي نفسه ، كما نجد أغلبها قد أرجع هذه الكلمة إلى أصلها الثلاثـــي (وزع) حيــث أرردت لها عدة معان ليس من بينها توزيع الكتب ؛ حيث ذكر معجم مــتن اللغة ((وزع الشيء : قسَّمه وفرَّقه، وأوزعه بالشيء أغراه به))[١]، كذلــك وافق (معجم متن اللغـــة) في المفهوم اللغوي ذاته كلٌ من أساس البلاغــة[٢]، و(مختار الصحاح) ،[٣] إلا أنهما أوردا لها معانيَ كثيرة غيرهذا المعنى لها ارتباط وثيق بلهجات القبائل العربية التي استعملت هذه الكلمة .

وركز (معجم أقرب الموارد في فصيح العربية والشوارد) على ذكــر المجال الذي يدخل فيه استخــــدام لفظة التوزيع عـــادة ، حيــث قـــال : ((وزّع المال بينهم توزعاً : تفرق، ووزّع القوم المال : اقتسموه بينــــهم))[٤] فنجد أنه جعل المال محوراً للتوزيع والتفريق والقسمة، وهو بذلك يشـــير إلى

---

[١]- أحمدرضا / معجم متن اللغة . - بيروت : دار مكتبة الحياة، ١٣٨٠هـ . - ٧٤٨/٥ .

[٢]- جارالله أبي القاسم محمود بن عمر الزمخشري / أساس البلاغة . - بـــيروت : دار صادر، ١٣٨٥هـ . - ٦٧٤/٢ .

[٣] - محمد بن أبي بكر بن عبدالقادر الرازي / مختار الصحـــاح . - بـــيروت : دار ومكتبة الهلال ، ١٩٨٨م . - ص ٧١٩ .

[٤] - سعيد الخوري الشرنوبي اللبناني / أقرب الموارد في فصيح العربية والشوارد . - (د . م) : (د . ن)، (د . ت) . - ١٤٤٨/٣ .

المجال الأوسع والأرحب لاستخدام هذه الكلمة ، وإلا فإن التوزيع والقسمة تدخل في مجالات عديدة غير ما ذكر ؛ فتوزيع الأراضي والبضائع والعقارات والمزارع ونحوها كلُّها تدخل ضمن هذا المفهوم اللغوي المحدد .

واكتفى صاحب (تهذيب الصحاح) [٥] بالدلالة اللغوية على كلمة التوزيع بالقول : (بالتفريق) ، ولو أردنا أن نجدَ لجانب التخُّصص العلميِّ مكاناً بين هذه المدلولات اللغوية لكان المدخل إلى ذلك ، من المعنى العام لهذه الكلمة ؛ حيث إن كل شيء قابل للتوزيع يمكن أن يطلق عليه متوزعٌ ويمكن تقسيمه ، وبما أن الكتب وغيرها من الوثائق المطبوعة وغير المطبوعة قابلة للتوزيع والقسمة فإنها بذلك تدخل تحت مدلول هذا المفهوم اللغوي .

إلا أن (المعجم الوسيط) قد خرج عن هذا المفهوم اللغوي الذي ذكرته المعاجم اللغوية الأخرى ؛ حيث تفرد بالإشارة إلى المفهوم الاصطلاحي بشكل عرضي ؛ فقال ((وزَّعه : قسَّمه وفرَّقه ، وزَّع الصحيفة أو المجلة أو الكتاب فرَّقها على القراء بالبيع أو الاشتراك ، ووزَّع البريد حمله إلى المرسل إليه في محله)) [٦] ، والذي يعنينا من هذا المفهوم هو توزيع كل من المجلة والكتاب ، وعلى وجه الخصوص الكتاب الذي هو مدار البحث .

---

[٥] – محمود أحمد الزنجاني ؛ تحقيق عبد السلام محمد هارون، أحمد عبدالغفور عطار / تهذيب الصحاح . – القاهرة : دار المعارف ، ١٩٥٣م . – ٥١٤/٢ .

[٦] – إبراهيم مصطفى (وآخرون) / المعجم الوسيط . – استنبول : المكتبة الإسلامية ، ١٣٩٢هـ . – ١٠٢٩/٢ .

٢- المدلول الاصطلاحي للتوزيع :

بالبحث عن المدلول الاصطلاحي لكلمة التوزيع لوحظ وجود مفهومين : عام وخاص، ويقصد بالمفهوم الاصطلاحي العام : المدلولات العلمية لهذه الكلمة في المجالات الأخرى ؛ كالتجارة ونحوها . أمّا المدلول الاصطلاحي الخاص فيقصد به : المفهوم المحدد لهذه الكلمة في مجال تخصص المكتبات والمعلومات .

ولعل من البدهيّ القول إنّ القارئ سيجد نوعاً من التداخل بين المفهوم العام والخاص، مما يدل على أن هناك ترابطاً في الاهتمام بالمجال العلمي لكل منهما .

إن أكثر ما يرد هذا المصطلح ويتكرر ذكره ويشيع استخدامه عادة في مجال التجارة؛ لارتباطه بتوزيع السلع والبضائع وغيرها ، ونجد أن تعريفه في هذا المجال يركز على ذلك ، حيث تعني كلمة توزيع (**DISTRIBUTION**) : ((قطاعاً من النشاط التجاري يشمل بيع البضائع وشحنها وتخزينها وترويجها، أي حركة البضائع أو السلع وانتقالها من المنتج إلى المستهلك النهائي))[٧] .

ويعتمد التوزيع بشكل أساسي على الموِّزع الناجح ، الذي يعني : ((أي شخص أو مؤسسة تقوم بتوزيع منتجات مصنع على المستهلكين أو التجار. وحسب الاستعمال الدارج، لا تشمل الكلمة محلات البيع بالمفرق،

---

[٧] – نبيه غطاس / معجم مصطلحات الاقتصاد والمال والإدارة (إنجلزي/ عربي) / .
– بيروت : مكتبة لبنان ، ١٩٩٧م . – ص ١٧٧ .

ولكنها تشمل تجار الجملة المعروفين بكلمة موزعين [DEALERS] الذين يبيعون المنتجات الصناعية (كالسيارات) إلى المستهلكين . وهؤلاء يطلق عليهم أيضاً اسم الموزعين الصناعيين)) .[٨]

هذا هو المدلول الاصطلاحي العام لكلمة التوزيع، أمّا المدلول الاصطلاحي الخاص فنجده يركز على موقعه من النشر بشكل عام ؛ حيث يمثل : ((العملية الأخيرة في سلسلة العمليات التي يتضمنها النشر، وتلتصق مباشرة بعملية التسويق)).[٩]

أمّا الموزع الذي يعتمد عليه التوزيع والذي يعد بمثابة العمود الفقري له ، فنجده يعني عند المتخصصين في مجال المكتبات والمعلومات : ((وكيل أو وكالة تمنح الحق وحدها أو بالمشاركة مع آخرين لتسويق وتوزيع الدورية أو الكتاب أو أيِّ مطبوع آخر)).[١٠]

وبعد هذا يمكن أن نصل إلى التعريف التالي الذي يمكن أن يلبي متطلبات التخصص (المكتبات والمعلومات) ، وهذا التعريف يتمثل في القول : بأن التوزيع هو مجموعة من العمليات المدروسة الموصلة والمؤدية إلى إتاحة الكتاب المطبوع سواء في شكله التقليدي أم غير التقليدي ، الورقي

---

[٨] – المرجع السابق ، ص ١٧٨ .

[٩] – أحمد الشامي ، سيد حسب الله / المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات . – الرياض : دار المريخ ، ١٤٠٨هـ . – ص ٣٨٠ .

[١٠] – عبدالتواب شرف الدين ، عبدالفتاح الشاعر / المعجم الموسوعي لعلوم المكتبات والتوثيق والمعلومات . – الكويت : كاظمة للنشر والترجمة والتوزيع ، ١٩٨٤م . – ص ١٥٣ .

وغير الورقي لجمهور المستفيدين ، بحيث يصل إليهم في الوقت والمكان المناسبين ، بتكاليف مالية مقبولة تساعد على انتشاره ، ويدخل التسويق كأداة مساعدة إعلانية وإعلامية تحقق وصول المعلومة عن طرقه بشكل مجرد وصريح .

٣- المدلول اللغوي للتسويق :

ولمعرفة المدلول اللغوي للتسويق لا بد من إرجاعها إلى أصلها الثلاثي وهو (سوق) حيث ذكر (مختار الصحاح)[١١] أن معناها المكان العام ، أمّا (تهذيب الصحاح)[١٢]، فأرجع الكلمة إلى الساق وهي القدم، والجمع سوق، وزاد على ذلك معجم (أقرب الموارد في فصيح العربية والشوارد)[١٣] بأن قال : (تسوق) القوم باعوا واشتروا.

والملاحظ على المدلولات اللغوية السالفة الذكر للفظة (سوق) أنه ليس هناك ثمة رابط بين المدلولين اللغوي والاصطلاحي (الذي سيأتي تفصيله بعد قليل) للفظة نفسها ــ اللهم إلا أن مجال التسويق عادة هو التجارة ــ وتعتمد التجارة على السوق كمنفذ رئيسي لتسويق بضاعتها ، وهذا يدل على حداثة المفهوم الاصطلاحي لهذه الكلمة ، بل وحداثة العلم نفسه ، (علم التسويق) الذي يُدرَّس في بعض كليات التجارة تخصصاً فرعياً .

---

[١١] - مختار الصحاح ، مرجع سابق ، ص ٣٢٢ .

[١٢] - تهذيب الصحاح ، مرجع سابق ، ص ٥٨٠ .

[١٣] - أقرب الموارد في فصيح العربية والشوارد ، مرجع سابق ، ٥٥٨/١ .

٤- المدلول الاصطلاحي للتسويق :

ولعل المتفحصَ لأدبيات التخصص (المكتبات والمعلومات) يلحظ قلة الاهتمام بعملية التسويق إلا في النزر اليسير منها ، خاصة أن عملية التسويق من المصطلحات الجديدة في التخصص ، ولم تهتم بها سوى قطاعات الخدمات المعلوماتية في الدرجة الأولى؛ كتسويق خدمات المكتبات الجامعية ، أو تسويق خدمات المعلومات في مركز معلوماتي ما. إلا أن بعض المجالات الأخرى وبالأخص مجال التجارة قد عني بهذا المصطلح عناية كبيرة تدل على أن قطاع التسويق يأخذ حيزاً لا بأس به من اهتمام الباحثين والدارسين والمنتجين على حدٍّ سواء .

وعلى هذا نجد أن كتب التجارة قد حظيت بالعديد من الدراسات حول هذا المصطح، ولهذا سيكون منطلقنا للمفهوم الاصطلاحي من نظرة أصحاب الاختصاص التجاري ليكون منطلقاً إلى تعريف يلائم قطاع المكتبات والمعلومات ، وبالذات قطاع النشر .

وأوّل هذه التعريفات ما ذكره فؤاد أبوإسماعيل الذي يعِّرف التسويق (MARKETING) بأنه : ((نشاط إنساني يهدف إلى غلق الفجوات بين المنتج والمستهلك الحالي والمستهلك لسلعة أو خدمة معينة من خلال أداء مجموعة من الوظائف التسويقية لمستوى كفاءة وفاعلية أعلى من المنافسين، وبما يحقق رضا المستهلك أو المحافظة على رفاهية المجتمع الذي يعمل به)).[١٤]

---

١٤ - فؤاد إسماعيل / إدارة التسويق : المفاهيم ، التطبيق ، تطوير الأداء . القاهرة : دار النهضة العربية ، ١٩٩١م . ص ص ١٤ ١٥ .

ويلاحظ على هذا التعريف الغموض النسبي لمفهوم التسويق؛ بحيث لم يتحدد معه الإطار الدقيق الذي ينتفي معه اللبس ؛ إذ ما المقصود بالفجوات التي يهدف التسويق إلى إغلاقها وتلافيها ؟ وما الوظائف التسويقية المحددة التي تزيد من كفاءة وفاعلية التسويق ؟ كما أنه أغفل نقطة مهمة تتمثل في متى يبدأ التسويق وأين ينتهي ؟ وما دوره وعلاقته بالتوزيع ؟

أمّا التعريف الثاني فركز على عملية التخطيط وأهميته بحيث قسم هذا التخطيط إلى مراحل اتضح موقع التوزيع من خلالها ، إلا أنه أهمل ركائز التخطيط التي من أهمها : الإعلان والدعاية ، حيث يقول التعريف بأن التسويق : هو عبارة ((عن عملية تخطيط وتنفيذ مراحل تصور وتسعير وترويج وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات من أجل التبادل ، تشبع أهداف الأفراد والمنظمات)).[١٥]

ونجد أن التعريف الثالث محدداً إلى حدٍّ كبير ، فهو : ((النشاط الذي يقوم على تخطيط وتقدير المزيج المتكامل [تخطيط المنتجات – الأسعار – الترويج والبيع – التوزيع] الذي يشبع حاجات ورغبات المستهلكين ، محاولاً المواءمة بين أهداف هؤلاء المشترين وأهداف المنشأة وقدراتها في ظل الظروف البيئية المحيطة)).[١٦]

---

[١٥] – أبو بكر بعيرة / التسويق ودوره في التنمية . بنغازي : جامعة قاريونس ، ١٩٩٣م . ص٨ .

[١٦] – محيي الدين الأزهري / التسويق الفعال : مبادئ وتخطيط . القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٤١٦هـ . – ص ١٠ .

إلا أنه في الوقت ذاته يلاحظ إغفال التعريف لأساليب وركائز التخطيط السليم وآلياته والتي من أهمها : الإعلان والدعاية ، أي القيام بحملة إعلانية ودعائية تهدف إلى إيصال المعلومات المجردة عن المنتج لكي تساعد المستهلك في الوصول إلى قرار سليم وحكيم .

ويتميز التعريف الرابع بالوضوح والتعبيرالدقيق عن المفهوم المناسب للتسويق؛ لأنه أوضح متى يبدأ التسويق ، والركيزة التي يعتمد عليها وهي الإعلان، والتسويق يعني : ((جميع مراحل النشاط التجاري الذي ينجم عن انتقال البضائع من المنتج الأصلي إلى المستهلك الأخير. وهذا لا يعني عملية البيع فقط ولكن أيضاً عمليات الإعلان والتعبئة والأبحاث والنشاطات الأخرى التي لا علاقة لها بالصناعة والتصنيع)).[١٧]

أمّا تعريف الجمعية الإمريكية للتسويق فيعد أكثرها نضوجاً وتعبيراً عن مفهوم التسويق من وجهة النظر الأمريكية ، إلا أن مسألة عدم شموليته وتغطيته لمحاور عملية التسويق تحدُّ إلى حدٍّ ما من ملاءمته بشكل تام وجيد لمفهوم التسويق ، وإلا فهو يتميز بإدخال مفهوم التسويق في مجال توزيع الأفكار التي سطّرها أصحابها في مختلف الكتب والدوريات إن التسويق هو : ((العملية الخاصة بتخطيط وتنفيذ كلٍّ من المنتج وتسعيره وتوزيع الأفكار

[١٧] – معجم مصطلحات الاقتصاد والمال وإدارة الأعمال (إنجليزي / عربي) ، مرجع سابق ، ص ٣٤٦.

والسلع والخدمات اللازمة لإتمام عملية التبادل والتي تؤدي إلى إشباع حاجات الأفراد وتحقيق أهداف المنظمات)).[18]

وعلى كلٍّ يمكن القول : إن التعريف المناسب الذي يلائم التخصص (المكتبات والمعلومات) وقطاع النشر منه بالذات هو ما يحقق الرؤية المتكاملة للتسويق ، بحيث تتضح معالمه وينتفي معه الغموض، ولهذا يمكن أن يعرف التسويق بأنه : مجموعة من الجهود (إعلان ـــ دعاية ... إلخ) التي يقوم بها الناشر أو الموزع ، تسبق ظهور المطبوع سواء كان تقليدياً أم غير تقليدي، ورقيّاً أم غير ورقيٍّ ، بهدف العناية بالمنتج وتوصيل الحقائق المجردة عن إصدارات الناشرين ووضعها بين يدي المستفيد لكي يستطيع أن يصل إلى القارئ السليم، ويتوقف بعد التحقق من وصول هذه المعلومات إلى أكبر شريحة ممكنة من جمهور المستفيدين .

٥- الفروق بين التوزيع والتسويق :

وبعد استعراض المفهوم اللغوي والاصطلاحي لكل من التوزيع والتسويق تتضح بينهما الفروق التالية :

أ- إن التوزيع عملية متكاملة الأركان تهتم بالمطبوع بشكل عام ، حتى يصل إلى يد القارئ أو المستفيد ، ولهذا نجدالموزع يهتم بسلامة المنتج من العيوب الظاهرة والخفية ، كما يهتم بعملية التسويق لهذا المنتج ؛ من

[18] - محمد محمد إبراهيم ، ثابت عبدالرحمن إدريس / المدخل الحديث في إدارة التسويق . - القاهرة : مكتبة عين شمس ، ١٩٩٠م . - ص ٩ .

حيث القيام بحملة إعلانية ودعائية مناسبة ، ثم يركز على عملية وسائل وطرق وصول المنتج بالبيع المباشر والشحن المناسب ... إلخ ، ثم يعتني بالأثر المرتد من قبل جمهور المستفيدين ، بحيث يستطيع فيما بعد التوصية بالعناية بالمطبوعات الحالية أو القادمة ونحو ذلك . إذاً التوزيع عملية شاملة يدخل ضمنها التسويق كأحد أركانه الرئيسة التي يعتمد عليها .

ب- إن الهدف الأساس من التوزيع يتمثل في وصول المطبوع أو المنتج إلى المستفيد الحقيقي منه في عملية مترابطة المراحل متناسقة الخطوات ، أمّا التسويق فإنه يهتم بالدرجة الأولى بالمعلومة المجردة عن المطبوع أو المنتج، ووصولها إلى المستفيد في الوقت المناسب ؛ لكي تساعده على اتخاذ القرار الصحيح حول المطبوع أو المنتج .

ج- إن نجاح التوزيع يعتمد على عدة اعتبارات لعل من أهمها نجاح التسويق ومدى تأثيره على قطاع المستفيدين ، ولهذا نستطيع القول : إن فشل التسويق في أداء مهمته يعني بالضرورة جملة من الانعكاسات السلبية على التوزيع، ومن هذا المنطلق يمكن القول بمدى حاجة التوزيع لعملية التسويق وليس العكس ، على أساس أن التسويق أداة من الأدوات التي يعتمد عليها التوزيع الجيد ، ولا يمكن أن يكون التسويق كياناً مستقلاً عن التوزيع لا يرتبط به ولا يهتم به ، بل إنّ الواقع يحتم وجوده بتلازم شديد بينهما ، وعلى هذا فإن نجاح التوزيع لا يعني نجاحاً للتسويق ؛ لأن التسويق عادة يبدأ قبل مرحلة التوزيع بل أثناء إنتاج المطبوع.

٦ ـ موقع التوزيع من النشر :

يمكن تقسيم خطوات النشر الفعلي لأي مطبوع إلى خمس خطوات أساسية ، هي: استلام الناشر الكتاب المخطوط باليد عادة أو المطبوع بالحاسوب ، ثم تقويم هذا العمل وتحكيمه ، وبعد ذلك العناية بالتحرير اللغوي والأسلوبي ، يأتي بعدها الاهتمام بإنتاج الكتاب ونعني الطباعة ، وآخر هذه الخطوات الخمس التوزيع الذي يدخل فيه التسويق .

ومع أن خطوة التوزيع جاءت في المركز الأخير إلا أنها أخطر هذه الخطوات وأهمها وأدقها ؛ لما له من أهمية قصوى ومكانة مهمة؛ ذلك أن نجاح التوزيع وفعاليته ستؤدي بالتالي إلى نجاح الخطوات السابقة، وإن إيجابيات الخطوات السابقة عليه مرهونة بإيجابية التوزيع ؛ ولهذا تولي دور النشر غالباً وتعطي التوزيع جلّ عنايتها واهتمامها ، فما دامت الغاية النهائية للناشر هي تحقيق الربح المادي فإن الذي يحقق ذلك هو وجود التوزيع الفعال، ولا يمكن تحقيق ذلك بالخطوات السابقة التي تسبق خطوة التوزيع مع أهميتها وارتفاع قيمتها في ذلك ، وهذا يعني كذلك أن التوزيع له مكانته الخاصة لدى الناشرين التجاريين بالذات ؛ لما يعنيه نجاحه من مردودات مالية يُسُرُّ بها الخاطر ويرتاح لها البال . ليس هذا فحسب بل إن المؤلف كذلك يَسَعدُ بوجود كتابه منتشراً وموجوداً في أكبر مساحة جغرافية وبين أكبر عدد من المستفيدين ؛ لكي يتحقق له الصيت وفرصة النقد العلمي لمطبوعه ، مما يساعد في التكوين العلمي له والرفع من مستواه التأليفي فيما بعد ، والذي يحقق له ذلك كله هو الناشر الجيد الذي يملك حس توزيع جيد كذلك .

إن التوزيع الناجح يعني وصول المطبوع إلى المستفيد الحقيقي الـذي يحتاج إليه ويلبي رغباته العلمية والثقافية وحتى الترفيهية في الوقت والمكان المناسبين بسعر معقول ومقبول، وإذا لم يتحقق ذلك فيعني فشل التوزيع في أداء دوره وبالتالي فشل لجميع الخطوات السابقة له ، مما تنعكس آثاره السّلبيّة على الناشر .

ولهذا فليس من المستغرب أن يهتم التوزيع بأمر التسويق لاعتبارات عدة ، لعل من أهمها : أن التسويق يساعد على وصول المعلومة المجردة عن المطبوع بشكل مباشر للمستفيد، وتفاعل هذه المعلومة مع قرار المستفيد النهائي حول هذا المطبوع أو ذاك . ولأن التسويق يهتم كذلك بسرعة وصول هذه المعلومة بالشكل الذي يلائم اهتمامات المستفيد وبالأثر الإيجابي الذي يساعد على اتخاذ القرار وهذه الحيوية تهم التوزيع ، وللناشر دورٌ في كلِّ ذلك .

واهتمام التوزيع بالتسويق يعتمد على المزايا التي سوف يحققها التسويق للتوزيع ؛ ذلك أن التسويق يهدف إلى الإسهام في إيجاد جوٍّ من القبول لمطبوعات الناشر وسرعة تدفق المعلومات حولها، والتوزيع الأفضل لهذه المطبوعات والرفع من المدخولات المالية لهذه المؤسسة أو الوكالة سواء كانت ناشراً أم موزعاً ، وهكذا نجد أن التسويق يعتمد على ركائز خمسة ، هي :

١- الإحاطة الكاملة بالمطبوع من حيث تكامل المعلومة وصحتها .
٢- صياغة المعلومة في اللغة والأسلوب المناسب.

٣- توصيل هذه المعلومة للمستفيد بالشكل والوقت المناسبين .

٤- معرفة تفاعل هذه المعلومة ومدى تأثيرها على قطاع المستفيدين .

٥- التحسين المستمر والتطوير المتواصل لقنوات التواصل مع المستفيدين على أساس أن هذه القنوات في تطور مستمر ينبغي على التسويق أن يعلم المفيد منها لأداء عمله .

وبعد هذا الاستعراض السريع لمفهوم التوزيع والتسويق وعلاقة كلٍّ منهما بالآخر نرى أنه من المناسب أن نوضح أهمية التوزيع في حقل النشر ومجاله ؛ حيث تتمثل هذه الأهمية في النقاط التآلية :

١ - إن واقع النشر بشكل عام عبارة عن رسالة بين مرسل (المؤلف) ومرسل إليه (القارئ) وقناة اتصال (الناشر) ، والناشر لا يستطيع أن يوصل هذه الرسالة إلا بوجود أداة فاعلة مؤثرة هي التوزيع الجيد المدروس ؛ لكي يضمن أن الكتاب (الرسالة) يصل إلى القارئ في الوقت والمكان المناسبين .

٢ - إنه مهما بلغ تظافر جهود الكتّاب والمؤلفين مع جهود الناشرين — الذين يقومون بطباعة إنتاج هؤلاء ومهما بلغت من إتقان لأعمالهم وجودة في تنفيذ مهامهم فإنّهم يحتاجون إلى توصيل هذه الكتب إلى المستفيدين؛ لكي يتحقق نجاحهم بشكل تام ، ولهذا فإن ارتباط النشر بالتوزيع والكتاب بالتوزيع ارتباط وثيق العرى ، ذلك أن التوزيع الناجح يعني حتماً نجاح المؤلف والناشر في هذه المهمة بشكل يكون متلائماً مع ما وصل إليه التوزيع من نجاح، والعكس صحيح .

٣ - إن النهج الذي نهجه الكثير من دور النشر الأمريكية والأوربية من إسناد أمر التوزيع إلى جهات محددة بشكل مستقل قائم بذاته كوحدة لها كيانها الاعتباري أو في شكل إدارة مستقلة أيضاً لكنها تتبع المؤسّسة الأم، وفي كلتا الحالتين تكون مهمتها الأساسية القيام بأمر التوزيع بالشكل الصحيح، دليل على أهمية التوزيع ، وأن الأولى عدم انشغال الناشر بأمره لكي يتفرغ لعملية الإنتاج وإتقان ذلك بالشكل المطلوب .

٤ - إن للنشر جانباً تناولته بعض الدراسات يتمثل في اقتصاديات النشر وأثره في بنية الاقتصاد الوطني بشكل عام ، والسؤال الذي ينبني على ذلك يتمثل في: كيف يكون للنشر دور فعال في الاقتصاد الوطني دون وجود توزيع فعال يقوم بدوره لكي يسهم في دفع حركة النشاط الاقتصادي ودورة الأموال ؟

٥ - وهذه النقطة لها جانب إعلامي بحت ؛ حيث إن أيَّ مؤلف وأي ناشر وأي حركة نشر في بلد ما نجدها تسعى لكسب الجانب الإعلامي والطابع المعرفي للإسهام في مجال النشر وتوصيل هذه الجهود إلى الدول الأخرى والمجتمعات الخارجية ، وعلى هذا يتضح موقع التوزيع من النشر ، إذ إن الذي يكون مسؤولاً عن هذا الجانب هو التوزيع الذي ينبغي أن يكون مدروساً وذا إسهام جيد في توصيل القيم الثقافية المحلية لكي تصل إلى المجتمعات الخارجية سواء كانت ذات طابع إقليمي أم عربي أم إسلامي أم عالمي .

٦ - إن واقع الحال يدل على أن انتشار الثقافة وديناميكية حركتها لا يمكن بأي حال أن تنسب للمؤلفين فحسب أو للناشرين فحسب ، بل

يضاف إلى ذلك جانب مهم للغاية وهو التوزيع الجيد المدروس الـــذي يعد بحقيقة العمود الفقري لهذه الحركة وديناميكيتها .

المبحث الثاني : الإشكاليات في توزيع الكتاب السعودي .

تعد إشكاليات توزيع الكتاب السعودي من القضايا المهمة التي لم تلق حتى الآن العناية الكافية والجهود المناسبة من الكتَّاب والناشرين والموزعــين ، حيث يواجه الكتاب السعودي العديد من الإشكاليات التي تحدُّ من انتشـــاره وتوافره كمًّا وكيفاً ، وهذه الإشكاليات - في مجملها - تجعل من الكتـــاب السعودي في كثير من الأحيان حبيس مخازن الناشـــر، وإذا كـــانت هـــذه الإشكاليات التي تحول دون انتشار الكتاب السعودي محلياً جلية وواضحـــة للعيان ، فإن إشكاليات التوزيع الخارجي للكتاب السعودي هـــي الأعمـــق والأقوى تأثيراً على انتشار الكتاب السعودي في الدول العربية ، خاصـــة وأن حلول هذه الإشكاليات ليس في مقدور الناشر السعودي أن يتصدى لهـــا ، فهي إشكاليات حلولها بيد غيره من القائمين على النشر في الدول العربيـــة والإسلامية الأخرى .

هذا وسوف يكون التناول لهذه الإشكاليات بشكل متتالٍ مع توضيح أبعاد كل إشكالية داخلياً وخارجياً ؛ والسبب في هذا الدمج يرجع إلى كـــون أغلب الإشكاليات يتداخل أثرها محلياً وخارجياً، ـــ وفي حالة الفصـــــل ـــ يتكررذكرها ، وهذا يعد أسلوباً مملاً للقارئ الكريم . وهذه الإشـــــكاليات مرتبة فيما بينها حسب أهميتها من وجهة نظر الباحث الذي اعتمد في ترتيبها على ما توافر لديه من دلائل وشواهد واعتبارات هي محصلة تلك القـــراءات

حول كل إشكالية ، وما جاءت به الاستبانات الراجعة من آراء من مختلف الناشرين والموزعين السعوديين المحليين ، الواردة من مختلف المناطق في داخل السعودية . حيث بلغت الاستبانات الراجعة سبع عشرة استبانة من أصل أربعين استبانة وزعت فعلياً على الناشرين والموزعين السعوديين في كافة مناطق التي بها مثل هذه الدور والمؤسسات ، بواقع خمس استبانات لكل منطقة تقريباً ، مثلت الاستجابة نسبة ٤٢,٥% وهي نسبة معقولة إلى حدٍّ كبير ، خاصة وأن توزيعها جاء في فصل الصيف ، الذي يعد للكثير موسم إجازات وسفر.

١- تفشي الأمية القرائية بين أفراد المجتمع السعودي وانتشارها :

ويقصد بالأمية القرائية فقدان الرغبة القرائية لدى عامة الناس وخاصتهم، وعدم وجود عادة حب القراءة وزرعها في النفوس، وهذه العادة والهواية ـــ سمِّها ماشئت ـــ هي الدافع الحقيقي لذهاب الفرد إلى المكتبة وإلى محلات بيع الكتب لشراء ما يحتاجه من مختلف المطبوعات، وهي الدافع الحقيقي الذي يسعى الناشر كي يلبيها بكتب ينشرها ومطبوعات يوزعها، إذ تبقى هذه الهواية وهذه العادة الأساس الذي يعتمد عليه الناشر الحقيقي .

وواقع الحال ينبئ أن الأمية التعليمية في طريقها إلى الزوال في المجتمع السعوديّ ، ولكن الأمية القرائية تبقى المعضلة الكبرى التي لم تعالج بالشكل الصحيح لدى نفوس الأفراد منذ نعومة أظفارهم ، وذلك أن هذه العادة تعد من العادات المكتسبة ، التي تسعى أطراف عديدة إلى التكاتف لزرعها وتوثيق عراها في النفوس، فالبيت عليه جزء من المسؤولية ، والتعليم العام يتحمل قسماً منها ، والتعليم العالي كذلك له نصيب فيها ، والأجهزة

الإعلامية في مختلف صورها عليها كفل من المسؤولية ، والواقع الحالي ينبـئ عن عدم اكتراث كثير من الأسر بهذا الجانب وزرعه في نفوس الأبناء، كما أن التعليم العام وتعدد المناهج وكثرتها قد أثقلت كاهل الطالب وجعلت نصيب القراءة في نظام يومه ـ إن كانت له ميول في هذا الجانب ـ معدومة إلى حد كبير، يضاف إلى ذلك أن أسلوب التدريس سواء في التعليم العام أو العالي في الوقت الحاضر يخلو من مقومات التكوين الذاتي للطالب ، ولا يساعد على توثيق عرى هذه العادة (حب القراءة) ، بسبب بسيط يكمن في اعتماده على التلقين والحشو المعرفي ، ولا مكان لعملية البحث الذاتي الذي يجد فيها الطالب نفسه وتتكون معه شخصيته القرائية .

إن نصيب الفرد من الكتب يكاد يكون محصوراً في النزر اليسير والمحيط الأضيق ((إن عدد الكتب والدوريات التي يقرؤها كلُّ عربي قليلة، مقارنة بما يقرأ الشخص في البلدان الأخرى اشتراكية كانت أو رأسمالية)).[19]، إنها أمية المتعلم الذي يتخرج من مختلف المستويات التعليمية ولا يكن للكتاب ميولاً إيجابية تساعده على تنمية ثقافته ، ((وهي أمية المثقف العربي الذي يتخرج من الجامعة ولا يحس برغبة في القراءة والاطلاع)).[20] وهذه المشكلة مع أنها مشكلة عربية عامة إلا أن أثرها يسري

---

[19] – محمود بوعياد / الثقافية وقضايا النشر والتوزيع في الوطن العربي : مشاكل توزيع الكتاب في الوطن العربي . – تونس : المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، إدارة الثقافة، ١٩٩٢م . – ص٩٥ .

[20] – أمين جبر سليم " أزمة النّشر في الوطن العربي " رسالة المكتبة، مج ٢٠، ع٢،١ . – (أذار ـــ حزيران ١٩٨٥م) . – ص ٤٨ .

على المجتمع السعودي ، إذ يخلص الباحث إلى أن هناك تركيزاً كبيراً على القراءة غير الهادفة والجادة من مثل قراءة الصحف والمجلات العامة التي تركز على الخبر بكل أبعاده، حيث لا يمكن الاعتماد عليها لتغذية الثقافة المتنامية التي تسعى القراءة إلى الرفع من مستواها وقيمتها . وإلى ذلك أشارت إحدى الاستبانات الراجعة التي ذكرت أن هناك وضعاً ينبئ عن قلة الإقبال بشكل عام على الكتاب كوسيلة ثقافية مع تنامي الاهتمام بالوسائل المسموعة والمرئية والانتشار الكبير للقنوات الفضائية .

٢- ارتفاع معدل سعر الكتاب وتدني عدد نسخه :

إن ارتفاع معدلات سعر الكتاب وزيادة سعره باستمرار يقف حجر عثرة كأداء في وجه توزيع الكتاب السعودي محلياً وخارجياً على وجه الخصوص، وهذا الارتفاع في نمط سعر الكتاب السعودي لا يسير في صالحه، لأن واقع الأمور ينبئ عن تناقص وتراجع كبير في القوة الشرائية للفردالعربي، يضاف إلى ذلك تنازع ثمن الكتاب مع متطلبات حياتية للفرد يراها أكثر أهمية له من شراء كتاب، وينتج عن هذا كله ضعف وتدنٍّ في التوزيع المنافس، سواء على المستوى المحلي أو الخارجي وإن كان الأمر على المستوى الخارجي أكبر أثراً وأشدُّ خطراً.

وهذا الارتفاع والاضطراد في الزيادة في سعر الكتاب السعودي يرجع إلى جملة أمور وعوامل ، منها حقوق المؤلف المادية، وارتفاع سعر الورق وكلفة الطباعة والتجليد، ويضاف إلى ذلك تكاليف التوزيع والشحن والنقل وارتفاع مخصصاتها سواء كان منها المحلي أم الخارجي ، وكل هذه الأمور تحدُّ من حرص الناشر والموزع المحلي على التوجه لخفض السعر،

فجميع هذه العوامل في زيادة مستمرة ومتلاحقة . وهذا ما أجمعت عليه جميع الاستبانات السبع عشرة الراجعة من الناشرين والموزعين السعوديين .

إن ((الارتفاع في تكاليف الطباعة، نتيجة لارتفاع أسعار الخامات الخاصة بها، بالإضافة إلى ارتفاع الإيجارات، والنقل، ونسب عمولات التوزيع .. وارتفاع أجور العمالة .. الخ وأيضاً مغالاة بعض أصحاب المطابع نتيجة التعلل بالعوامل السابقة .. أدى تلقائياً إلى ارتفاع تكلفة طباعة الكتاب، وأدى بدوره إلى ارتفاع ثمنه، فكانت المحصلة النهائية محدودبة توزيعه، وهو الأمر الذي لا يشجع على التأليف، إذ كيف يمكن لمؤلف ما.. أن يقضي شهوراً في تأليف بحث ما .. يجد بعد إنهائه أنه أمّا عاجز عن طباعته، وأمّا أن يحصل على عائد لا يوازي المجهود الذي بذله .. وأمّا أن يخرج بعد الجهد والمحاولة مديوناً للناشر، أو المطبعة، أو لكليهما)).[21]

وهذا الواقع أفضى إلى الحدِّ من ((الإقبال إلى حدٍّ ما على المطابع المحلية من المؤلفين السعوديين، إلا في حالات لا تعد مقياساً نقيس به الإنتاج السعودي من الأدب والفكر عموماً .. وحتى المطابع تركز في أعمالها على طباعة الأعمال التجارية التي تدر أرباحاً جيدة لأنها عمل سهل لا يحتاج إلى إمكانيات طباعية متنوعة، ولا إلى أيد عاملة كثيرة العدد كبيرة التكاليف)).[22]

---

[21] – حامد عباس / قضية الثقافة في بلادنا : بحوث في الثقافة وتسويق الكتاب ؛ تقديم هاشم عبده هاشم . – مكة المكرمة : مؤسسة هديل للإعلام ، ١٤٠٠هـ . –

[22] – المرجع السابق ، ص ٦٩ .

وهذا الوضع القائم الذي لا يمكن إنكاره أو التغاضي عنه حدا بالكثير من الكتاب المحليين السعوديين بالاتجاه إلى الطبع خارج البلاد في بيروت والقاهرة هروباً من هذا الوضع الذي لا يشجع على الطبع داخل الدولة، وهم يواجهون في ذلك مخاطر عدة لعل في مقدمتها ما العدد الذي طبعته فعلياً هذه المطابع في خارج البلاد من هذا الكتاب ؟ إذ ما الضامن لهذا الجانب ؟! فقد يزعم أنه طبع له خمسة الآف نسخة، وفي حقيقة الأمر أنه طبع أكثر من ذلك بكثير حيث يوزعها بطريقته الخاصة .

ولو قارنا تكاليف الطبع محلياً وخارجياً فإننا نجد أن الفروق كبيرة؛ لعل من أهمها مجال السعر والوقت، ذلك ((أن تكاليف الطبع في المملكة باهظة إلى أبعد حدٍّ، والكتاب الذي يطبع في بيروت خلال أسبوع يطبع في المملكة خلال نصف سنة، ولا تجد في مطابع المملكة مصححين، أمّا في مطابع بيروت فنجد مصححين يحملون شهادات جامعية . وأمّا التكاليف في المملكة فلا تطاق، فالكتاب الذي يكلفك طبعه في المملكة عشرة ريالات للنسخة يكلفك في بيروت ريالين)).[٢٣] وللمشكلة بعدٌ آخر يتمثل في ((أن أي كتاب لا تتجاوز صفحاته مائتي صفحة، لا يمكن أن يطبع في مطابعنا المحلية ـــ إذا افترضنا ، نوعية الورق الجيد، والحرف الجيد، والغلاف الملون (٤ ألوان) ـــ بأقل من ٤٠ ـــ ٥٠ ألف ريال في المتوسط. (في حدود خمسة آلاف نسخة) .. وهذه أدنى المواصفات العالمية للكتاب .. أي دون الامتياز .. فبكم يمكن أن يباع الكتاب في السوق ـــ إذا احتسبنا أدنى ربح

[٢٣] - المرجع السابق ، ص ٦١ .

(٥٥%) مثلاً من التكلفة ، وإذا احتسبنا تكاليف الترويج في الصحف ، وإذا احتسبنا حصة التوزيع التي لا يمكن أن تقل ـ بحال من الأحوال ـ عن (٣٠ـ ٤٠ %) من سعر الغلاف.. نسأل مجدداً : بكم يمكن أن يباع مثل هذا الكتاب ؟)) .[٢٤]

وهذا الارتفاع المضطرد لسعر الكتاب ليس ظاهرة محلية فحسب بل ((شهدت سوق النشر العربية ارتفاعاً ملحوظاً في أسعار الكتب خلال السنين الأخيرة، وجاء هذا نتيجة طبيعية لارتفاع أسعار الورق ومواد الطباعة وزيادة أجور اليد العاملة . وكان الانعكاس السلبي البارز لذلك أن ضاقت دائرة الجمهور الذي يستطيع أن يوفر من دخله ما يمكّنه من شراء الكتب بهدف تنمية ثقافته الذاتية . ومما زاد في حدة انعكاس هذه الظاهرة ـ أنها ترافقت مع ارتفاع أسعار مواد أساسية أخرى تجبر المواطن للانصراف نحو تأمينها بالدرجة الأولى . و لا شك أن هذا الوضع يشكل خطورة كبيرة على سياسة نشر الثقافة ومكافحة الأمية التي ما يزال مجتمعنا العربي يعاني منها)) .[٢٥]

---

[٢٤] – سباعي عثمان " الكتاب السعودي في مواجهة تحديات العمالة الفنية والمنافسة الخارجية " المجلة العربية ، ع٧ ، س٥ . – (ذو الحجة ١٤٠١هـ / اكتوبر – تشرين أول ١٩٨١م) . – ص ٢٧ .

[٢٥] – غسان اللحام " معرض الكتاب العربي، ملاحظات عامة حول مشكلات الكتاب العربي " الموقف الأدبي، الأعداد ٢٢٢ ، ٢٢٣ ، ٢٢٤ . ـ (تشرين أول ـ تشرين ثاني ـ كانون أول ١٩٨٩م) . ـ ص١١١ .

ولعل من المؤثرات التي تساعد في رفع كلفة إنتاج الكتاب، وتعود بالأثر السلبي على المحصلة النهائية لقيمته، وهي من العوامل التي لا يدركها إلا المشتغلون في المجال ، نجد أن هناك قلة عدد نسخ التي تطبع عادة من الكتاب الواحد إلا ما ندر، إذ تتراوح هذه النسخ بين الألفين والخمسة آلآف، وقلة تصل إلى معدل عشرة الآف نسخة، ومن النادر ــ والنادر لا حكم له – أن تصل الأعداد التي تطبع من الكتاب الواحد فوق هذا العدد .

إن تأثير العدد الكلي للنسخ من الكتاب الواحد على سعره واضح ؛ حيث إنه كلما زادت عدد النسخ زادت مساحة الخفض من سعره ، وأثر ذلك إيجاباً على المحصلة النهائية لقيمته ، وكلما قلّت نسخه كان له أثر واضح أيضاً في الرفع من تكاليفه ومن ثم سعره .

إن أهم العوامل التي تؤثر في قلة نسخ المطبوع من الكتاب الواحد محلياً يرجع إلى ضعف السوق المحلية وقدرتها الاستيعابية لهذه الأعداد الكبيرة وصعوبة تصريفها على المستوى الداخلي ، مما يجعل الناشر يفكر ملياً حول ما ينبغي أن يطبع من الكتاب الواحد بناء على توقعات السوق المحلية ومدى استيعابها لهذه الأعداد .

وهذه الإشكالية ليست على المستوى المحلي فقط بل ((هناك تدنٍّ في كميات النسخ المطبوعة للعنوان الواحد حيث يتراوح معدل ما يطبع من نسخ الكتاب العربي الواحد في طبعته الأولى يتراوح ما بين ثلاثة وخمسة الآف نسخة فقط حتى في مصر ذات السوق الاستهلاكي الكبير لا يطبع من الكتاب الواحد أكثر من خمسة الآف نسخة إلا في الكتب السياسية وكتب الأطفال)).[٢٦]

---

[٢٦] – مجبل لازم مسلم المالكي " مشكلات النشر في الدول النامية " المجلة العربية للمعلومات ، مج ١٧، ع١ . ــ (١٩٩٦) . ــ ص ٣٩ .

٣- قصور النشاط التسويقي للكتاب السعودي :

يعد النشاط التسويقي نشاطاً مهماً له الأثر الفعال في السلعة أياً كانت، والقيام بحملة ترويجية هدفها الأساسي خدمة التوزيع لأي منتج، ولهذا فإن أي مؤسسة تجارية ينبغي أن تعتمد في أداء عملها على التسويق.

وعليه فإنّ لا نجد مفراً لدور النشر السعودية ومؤسساتها إلا أن تلجأ إلى جانب التسويق داخلياً وخارجياً في محاولة منها لكسب أكبر عدد ممكن من القراء، لو أنّا نظرنا إلى نشاط هذه الدور في مجال التسويق ((لوجدنا أن عملها اقتصر على حالة واحدة، وهي عرض الكتاب ، أمّا في مكتباتها الخاصة .. أو في المكتبات التجارية ، وأصبحت العملية بالفعل تجارية تركز على حساب الأرباح والخسائر ... وطبعاً فإن اقتصار نشاط هذه الدور على العرض فقط جعل من تسويق الكتاب مهمة صعبة)).[٢٧]

إن أزمة الكتاب السعودي حيال هذا الجانب واضحة تنبئ عن إهمال كبير مما أثر على توافر الكتاب السعودي في أغلب المحافل الداخلية والخارجية، يقول أحد الباحثين ((بحثت عن الكتاب السعودي فلم أجده، كذلك أسمع عن صدور كتاب أو ديوان شعر أو رواية سعودية فلا أجدها)).[٢٨] بل إن أحد الباحثين أرجع أزمة الكتاب العربي بشكل عام إلى أنه

---

[٢٧] – حامد عباس ، مرجع سابق ، ص ٨٨ .

[٢٨] – محمد طاهر فلمبان " تسويق الكتاب السعودي أيضاً وعود على بدء " المنهل ، س٤٦، ع٤١ . ـ (المحرم ١٤٠٠هـ / نوفمبر ١٩٨٠م) . ـ ص ١ .

يعاني من أزمة تسويقية ، حيث يقول : ((وأعتقد أن أساس الأزمة إنما يكمن في التسويق، فانتشار الكتاب ورواجه إنما هما رهن تسويقه)).[29]

ويؤيد ما مضى ما ذهب إليه باحث آخر بقوله : ((مسألة التسويق هي جوهر مشكلة النشر العربي لفترة طويلة، مصدراً للتنافس والصراع في حين تأتي الجوانب الأخرى متوارية خلف هذه القضية مباشرة)).[30] ونجد أيضاً أن لهذا الرأي تأييداً من باحث ثالث حيث يذكر أن مشكلة التسويق ((تقف حجر عثرة أمّام انتشار الكتاب العربي، حيث إن نقص قنوات التسويق والإبطاء في تلبية طلبات العملاء يتبعها تلقائياً نقص الطلب)).[31]

إنّ الكتاب السعودي بشكل عام يعتمد في مجال الإعلام عنه على الدوريات التي تُعرِّف به إلا أن الوضع يتسم بـ((الفوضى والاضطراب بين دوريات التعريف بالكتب العربية، فليس هناك سوى عدد محدود لا يقوى

[29] – علي جاب الله مفتاح / الثقافة وقضايا النشر والتوزيع في الوطن العربي : عوائق تسويق الكتاب في الوطن العربي . ــ تونس : المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، إدارة الثقافة ، ١٩٩٢م . ــ ص ٩٩ .

[30] – بشير الهاشمي / مشاكل النشر العربي وسبيل الخروج من عنق الزجاجة . ــ تونس : المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، إدارة الثقافة ، ١٩٩٢م ، . ــ ص٤٩ .

[31] – أشرف مصطفى هندي " أربع حلول لتجاوز محنة الكتاب العربي " المجلة العربية ؛ ع١٤٣ ، س١٣ . ــ (ذو الحجة ١٤٠٩هـ / تموز (يوليو) ١٩٨٩م) . ــ ص ١٠٠ .

على تقديم سوى عدد محدود من الكتب دون خطة شاملة تنظمها. وأبــواب التعريف في الدوريات العامة والمتخصصة يشوبها الخلط وعدم الانتظام)).[٣٢]

وإذا كان بعض الناشرين المحليين يدركون جيداً أهمية الإعلان عـــن مطبوعاتهم ، فإن الجانب الأكبر منهم ما زالت نظرته تفتقـــد إلى الشـــعور بالأهمية لهذا الجانب، ((وهذا راجع إلى سبب عدم دراية الناشرين بالأســس العلمية للإعلان والترويج من ناحية، ومن جهة أخرى أن برامـــج الإعـــلان تكلف مبالغ باهظة، وأن الناشرين كل هدفهم هو الحصول على أكبر قـــدر من الكسب المادي بأقل التكاليف)).[٣٣]وحتى الناشر المدرك لأهمية الإعـــلان والإعلام قد يحجم عن سلوك هذا المسلك لمعرفته المسبقة ((أن التعريف عــن طريق وسائل الإعلام المعروفة متعذر، فللناشر أن يلجأ إلى الإعلانات ، وهنــا نلاحظ ظاهرة فاشية في الوطن وهو غلاء أســعار الإعلانـــات في الجرائـــد والمجلات غلاء فاحشاً مما يثبط عزيمة الناشر الذي يريد القيام بحملة دعايــــة وإشهار من أجل كتابه الجديد)).[٣٤]

والناشر المحلي الّذي يجدُ نفسه في عالم من المصروفات الباهظة الـــتي تتطلبها عادة حملة تسويقية تعتمد على الإعلام والإعلان عن ما يصـــدره أولاً بأول ، مع ما يواجهه من ضعف السوق المحلي ، ومصاعب متعددة لا دخــل

---

[٣٢] – شعبان عبدالعزيز خليفة ، مرجع سابق ، ص ٤ .

[٣٣] – عبدالله محمد الشريف " معوقات حركة نشر الكتاب " الناشر العربـــي ، ع١ . — (يونيو ١٩٨٣) . — ص ٩٧ .

[٣٤] – محمود بوعياد ، مرجع سابق ، ص ٩٢..

له فيها للسوق الخارجي يجعله يقف يتريّث ويتردد في هذا المجال، إذ إن هذه الحملة التسويقية سيكون لها أثر واضحٌ في ارتفاع سعر الكتاب.

ومن واقع الاستبانات الراجعة السبع عشرة نجد أن هناك اعتماداً متذبذباً وغير مستقر في الاستعانة بالوسائل المستخدمة في مجال التسويق من قبل الناشرين والموزعين السعوديين؛ حيث ورد في إحدى عشرة استبانة من سبع عشرة استبانة راجعة أنهم يعتمدون ــ في الغالب ــ على وسائل ثلاث في مجال التسويق لمطبوعاتهم ، وهي :

١- الإعلان في الدوريات في الصحف المحلية أحياناً .

٢- الإعلان في الدوريات الجامعية .

٣- قوائم ببليوجرافية توزع على جهات معينة .

وذكرت استبانتان أنهم بالإضافة إلى الوسائل الثلاث السابقة الذكر يعتمدون كذلك على الأجهزة المسموعة المرئية، وتوزيع المنشورات التعريفية عبر البريد ، وهذا الوضع غير المستقر يحتاج إلى مراجعة جادة من قبل الناشر والموزع السعودي ، لمعرفة الأسباب الكامنة في وجود مثل هذا الوضع غير المنتظم ، إذ ينبغي أن يستعان بهذه الوسائل وغيرها بشكل مدروس وعلمي ومنتظم .

ومما لا شك فيه أن وسائلنا الإعلامية المسموعة والمرئية والمقروءة من صحف يومية، مجلات أسبوعية وشهرية مقصرة ــ في الغالب ــ في هذا الجانب بشكل ملحوظ، حيث لا يوجد بين نشاطها مكان ثابت للتعريف بالجديد من الإصدارات أو القيام بحوارات تدور حول الإصدارات الحديثة والتعريف بها ، أو عقد لقاءات وحوارات هادفة مع الكُتّاب ومختلف المؤلفين

حول مؤلفاتهم ونتاجاتهم العلمية والأدبية . إنّ على الناشرين السعوديين أن يتكاتفوا ليكوِّنوا جهوداً مشتركة فيما بينهم تعود بالنفع على الكتاب السعودي وعلى تجارتهم التي يهمهم أن تتنامى وأن يكون لها مردود يبرر سلوكهم لهذا النوع من النشاط الاقتصادي .

٤- الرقابة على الكتاب وأثر ذلك على توزيعه :

تعني الرقابة تلك السلطة المخولة للقيام بالإشراف على التحقق من خلو السلعة والمنتج من المحظورات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية والدينية ، بحيث لا يمكن فسحها والسماح بدخولها لأي دولة دون التأكد من خلوِّها من هذه الموانع .

والرقابة حقٌ مشروع لأي دولة تقوم به بما يحقق مصالحها المختلفة ، إلا أن الدول تختلف فيما بينها في هذا الجانب ، إذ لكل دولة من الدول منظورها الخاص بها يتلاءم مع سياسة وعادات مجتمعها وأخلاقه، واقتصادياتها وثقافتها ونظرتها الدينية ، والفرق بينها في ما يتعلق بمجال المطبوعات كتباً كانت أو غير ذلك، يتمثل في دور الرقيب؛ إذ إن هذا الدور هو الذي يتأثر به الناشرون سلباً وإيجاباً .

والرقابة لم تكن وليدة الحاضر، بل لها سجل تاريخي طويل ، ففي القرن الخامس قبل الميلاد وفي العهد اليوناني بالذات تعرضت للحرق والإتلاف ، ((كتابات الفيلسوف بروتاغورا (٤٨١ - ٤١١ ق . م) قد أحرقت بشكل علني في ساحة أثينا [الأغورا] سنة (٤١١ ق . م) بينما تعرض المؤلف نفسه إلى المحاكمة وحكم عليه بالنفي))[٣٥].

---

[٣٥] - الأسكندر ستيبتشفيتش ، مرجع سابق ، ص ١٠٥ .

و لم يكن العهد الروماني بأحسن حالاً من العهد اليوناني، فالمؤلفون كانوا ((يعاملون هنا بعنف أشد. فقد كان يحكم بالإعدام أو النفي على كل كاتب يتجرأ على السخرية من ممثلي السلطة أو على التشكيك بالمبادئ الأساسية الاجتماعية الأخلاقية التي تقوم عليها الدولة الرومانية)).[٣٦]

وفي الصين كان الوضع أكثر صرامة وأشد حزماً خاصة في العصر الكلاسيكي، ((ومن أشهر حالات حرق الكتب وملاحقة الكتَّاب ما حصل سنة ٢١٣ ق. م حين أخذ الإمبراطور تشين شي ـ هوانغ ـ تي بنصيحة المستشار الأكبر لي سوا وأمر بحرق كل الكتب بما في ذلك مؤلفات كونفوشيوس و لم يستثن من ذلك إلا المؤلفات التي تتعلق بالطب والصيدلة والزراعة والنصوص التي تتضمن إشارات دبنية مختلفة)).[٣٧] وكان دافعه إلى ذلك هو رغبته في الحفاظ على المجتمع من الأفكار البالية والهدامة على حدِّ زعمه وظنه.

و لم يكن التاريخ الإسلامي خالياً من وجود مثل هذه الممارسات الرقابية على الكتب ، وإن أهم ما يميزها هو تركيزها على الجانب الديني حيث ((جرى اضطهاد الكتب وإحراق بعضها وضيق على مؤلفيها ومقتنيها في الخلافة العباسية في عصورها المختلفة ؛ فقد حدث أن أحد علماء بغداد البارزين في عهد الخليفة العباسي الناصر لدين الله (أواخر القرن السادس وأوائل القرن السابع الهجري) ، وهو عبدالسلام بن عبدالقادر بن أبي صالح

---

[٣٦] – الأسكندر ستيبتشفيتش ، مرجع سابق ، ص ١٠٧ .

[٣٧] – الأسكندر ستيبتشفيتش ، مرجع سابق ، ص ٥٣ .

بن جنكي دوست الجيلي البغدادي المدعو بالركن ، اتهم أنه معطـــل وأنــه يرجع إلى أقوال أهل الفلسفة في قواعد هذا الشـأن ... وبـرزت الأوامـر الناصرية بإخراجها إلى موضع ببغداد يعرف بالرحبة وأن تحرق بحضور الجمع الجم فيها ، ففعل ذلك وأحضر لها عبيدالله التيمي البكري المعـروف بـابن المارستانية وجعل له منبر صعد عليه وخطب خطبة لعن فيها الفلاسفة ومـن يقول بقولهم)).[38]

وفي عصرنا الحاضر مورست الرقابة بشكل واسع ، خاصة في الـدول النامية ، وركزت جهودها على الجانب السياسـي في الدرجـة الأولى وإن كانت الجوانب الأخرى حظيت بالاهتمام إلا أنها لم تلق العناية والاهتمـام والحرص الذي لقيه الجانب السياسي ، وأصبح من ((المعروف أن في جميـع الدول العربية أنظمة رقابة على المطبوعات أياً كانت أنواعها والتي تحد مـن مرونة السوق وطواعيته وتجعل انتقال المطبوعات مهمة إدارية تبدو أحيانـاً شاقة ومستحيلة عوضاً عن أن تكون آلية وتلقائية كما هو الحـال في دول السوق المشتركة مثلاً بين أوربا والولايات المتحدة)) .[39]

وتعد الرقابة المشكلة الأساسية لعدم انتشار الكتاب السعودي خارج الدولة ، خاصة الدول العربية ؛ حيث يواجه شتى الأنظمة المختلفة وصنوفـاً من مستويات الرقابة ، وهذه المشكلة في واقع الأمر ليست مشكلة يعاني منها الكتاب السعودي والناشر السعودي فحسب بل يتعدى أثر ذلك إلى غـيره

[38] – محمد ماهر حمادة / المكتبات في الإسلام نشـأتها وتطورهـا ومصائرهـا . ــ بيروت : مؤسسة الرسالة، ١٣٩٨هـ . ــ ص ٢٠٠ .

[39] – علي جاب الله مفتاح ، مرجع سابق ، ص ١٠١ .

من الناشرين العرب، بل إن الرقابة على الكتاب ((يعاني منها معظم الناشرين، فالناشر بدلا من أن ينشر كتابه بالسرعة الممكنة يبقى الكتاب تحت الرقابة حوالي خمسة عشريوماً وبعدها يسمح بتداوله وهذا يؤخر فرصة نشر الكتاب في الوقت نفسه والمحدد له وهذا يضيف إلى هموم الناشرين هماً آخر كبيراً يعطله عن التفرغ لهم النشر ويصبح مستغرقاً بكليته في عملية البحث عن أسواق لنتاجه، كما نلاحظ أن الكتاب السياسي مثلاً يدخل بلداً معيناً ولا يدخل بلداً آخر)).[40]

وإذا سلمنا بوجود الرقابة في الدول العربية وتطبيقها بمستويات مختلفة فإن الأمر لا يقف عند الممارسة والتطبيق فحسب ، بل إن الرقابة في الدولة الواحدة تعتمد على مزاج الرقيب الذي يقرر وحده ويمنع وحده ولا رقيب عليه ، وهذا الوضع جليٌ وظاهرٌ ، وهنا أسوق تجربة وقعت للباحث نفسه الذي دخل بكتابين يحملان العنوان نفسه والمؤلف ذاته فمنع من نقطة حدودية كان رأي الرقيب فيها المنع ، وسمح بدخوله من نقطة حدودية أخرى كان رأي الرقيب السماح . إذاً لا وجود لضوابط محددة يلتزم بها الرقيب وتكون موجهة بشكل محايد ، تضمن التطبيق الموحد حيال دخول المطبوعات ، فالناشرون يقرون بـ((وجود الرقابة فعلاً في أرض الواقع ويلمسون أضرار عشوائيتها ومزاجية القائمين عليها ويرون ألا فائدة من دفن الرؤوس في الرمال ، وأن من الأجدى مواجهة شيء موجود وتنظيم العلاقة معه ، والنضال ضد معطى محدد لتغييره أو لضبط ممارسته)).[41]

يقول أحد الباحثين : ((تعد مشكلة الرقابة عقبة أساسية في تداول الكتاب في الدول النامية، إذ تحاول اللجان المسؤولة عن الرقابة سحب أكبر

---

[40] – أمين جبر سليم ، مرجع سابق ، ص ٤٨ .

[41] – علي عقلة عرسان / واقع النشر في الوطن العربي وآفاقه المستقبلية . ـ تونس : المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، إدارة الثقافة ، ١٩٩٢م . ـ ص ١٨ .

عدد من المطبوعات التي تراها تتعارض مع السياسة الفكرية والأخلاقية والتربوية أو الدينية ، وفي بعض الأحيان تكون هذه اللجان متطرفة في قيامها بهذه الإجراءات التي تؤدي إلى حرمان الكثير من أبناء تلك المجتمعات من الاطلاع والإفادة من الإنتاج الفكري المستورد وتزداد حدة هذه الرقابة في الدول ذات النهج الاشتراكي على اعتبار أن الدول هي المسيطرة والموجهة لوسائل الإعلام وحركة النشر ، إضافة إلى كونها المسؤولة عن وضع بعض الضوابط لحماية المجتمع خوفاً من تسرب الأفكار التي تسيء إلى أمن المجتمع وتسعى إلى التفكك وتخريب المفاهيم الأخلاقية والاجتماعية والثقافية)).[٤٢]

وعلى هذا فإن الناشر السعودي سيجد نفسه محكوماً بهذه الأنظمة الرقابية مستسلماً لأحكامها خاضعاً لرغباتها وتوجيهاتها . ومما يؤكد على ذلك ما ورد في الاستبانات الثلاث عشرة الراجعة من مختلف الناشرين والموزعين السعوديين ، أن الرقابة تعد العقبة الرئيسة التي تقف أمام نشاطهم في مجال توزيع كتبهم خارج السعودية ، ولكن اختلفوا فيما بينهم في توضيح أن هذه الرقابة تتفاوت من دولة إلى أخرى من حيث التعقيد والتبسيط ، حيث أشار ستة منهم أن الرقابة كمشكلة للتوزيع الخارجي دون تفصيل أو توضيح لدور الرقابة ، وذكر سبعة منهم بتفصيل وتوضيح لأثر الرقابة واختلاف درجات تعقيدها من دولة لأخرى .

وجاء في ثلاث من هذه الاستبانات الثلاث عشرة التي نصت على الرقابة كعقبة أمام التوزيع الخارجي للكتاب السعودي أنهم لا يجدون مثل

---

[٤٢] – مجبل لازم مسلم المالكي ، مرجع سابق ، ص ٣٧ .

هذه التعقيدات عندما يوزعون منشوراتهم في الدول غير العربية والإسلامية ، مما يزيد من درجة التفاوت غير المنطقي لتعامل الآخرين مع الكتاب السعودي والعربي .

٥- إشكالية تتعلق بوسائط النقل للكتاب السعودي :

لم يحدد الباحث وسيلةً بعينها لنقل الكتاب السعودي، نظراً لعمومية هذه الوسائل وتعددها، وبالتالي فإن من غير المفيد حصرها في الشحن مثلاً أو البريد ... إلخ ، وهذه الإشكالية لها أبعاد متعددة محلية وخارجية ، بمعنى أن هناك إشكاليات تحول دون وصول الكتاب السعودي إلى يد القارئ في الوقت المناسب محلياً ، ولها بعد خارجي يعد أعمق، وهذا البعد يجعل من انتقال الكتاب السعودي خارج الحدود إلى الدول العربية وغير العربية مشوباً بالعوائق المختلفة حيال هذه النقطة بالذات .

لقد أشار إلى هذه العقبة مجموعة من الناشرين والموزعين السعوديين الذين أجابوا على الاستبانات المرسلة إليهم ، حيث ذكر ثمانية منهم أن إشكاليات النقل الداخلي موجودة ولكن بشكل أخف من الوضع القائم عند توزيع الكتاب السعودي خارج السعودية ، حيث تختلف أجور الشحن ، وبصفة غالبة تميل إلى الارتفاع غير المنطقي مما يحد من قدرة الكتاب السعودي على المنافسة الجادة للكتاب العربي خارج السعودية .

وتنحصر وسائل النقل الخاصة بالكتاب السعودي بشكل عام في ثلاث وسائل ، هي الشحن البري ، والشحن البحري ، والشحن الجوي ،

وهذه الأنماط من الشحن تستخدمها جميع الشركات التجارية التي تعمل في هذا المجال، كما يستخدمها في الوقت ذاته مصلحة البريد المحلي.

ونجد أن الإقبال على الشحن يتم غالباً عبر وسيلتين هما الأكثر استخدامًا من قبل الناشر السعودي؛ وهما وسيلتا الشحن البري والبحري ، أمّا الشحن الجوي فلا يلجأ لها إلا نادراً ؛ نظراً لارتفاع أسعارها ومحدودية أوزانها .

وبشكل عام يلاحظ أن هذه الوسائل المستخدمة تتسم بارتفاع أسعارها وتنامي هذه الأسعار بالزيادة المضطردة ((داخل الأقطار وفيما بينها، فإن شركات النقل سواء منها شركات السكك الحديدية ، أو شركات الملاحة الجوية والبحرية، والسيارات الشاحنة ، ومصالح البريد في بعض الأقطار، تعتبر الكتاب سلعة تجارية، وتطبق عليه سعر نقل الحجر والخشب والخضر، فتزيد هذه الأسعار المرتفعة من سعر الكتاب الذي يصبح بعيد المنال بالنسبة للتلميذ المدرسي، وللطالب الجامعي، وللطبقات الشعبية الفقيرة)).[٤٣]

يقول أحد الباحثين : ((إن شروط النقل بين البلدان العربية ، لا تتناسب مع واقع أن العرب أمة واحدة، ولا مع طموحاتهم ، سواء كان النقل برياً أم جوياً أم بحرياً ، فهو على الغالب غير منظم ، ومرتفع الأسعار ، ويخضع للأسعار العالمية ... ويعامل الكتاب غالباً كالسلع التجارية الأخرى من حيث أجور نقله ، وهذا يؤدي إلى وصول الكتاب بطيئاً إلى الأقطار

[٤٣] – محمود بوعياد ، مرجع سابق ، ص ٩٥ .

العربية ، إضافة إلى زيادة تكلفته)).[٤٤]، وهذا الوضع بلا شك يحدُّ كثيراً من القيام بدور فعَّال في مجال التوزيع ومؤثرعليه ، مما يجعل الناشر المحلي يفكر ملياً في مسألة التوزيع الخارجي نظراً لوجود الكثير من المشكلات التي تواجهه في هذا الجانب ، لعل من أهمها :

((١- الصعوبة في الحصول على معلومات كافية من وسائل الشحن المختلفة وعن أجور الشحن وكذلك عن الإجراءات المالية والإدارية المطلوبة .

٢- قيود الرقابة والقيود الجمركية وقيود الاستيراد والتصدير لها أثر كبير في إرسال وشحن المطبوعات بوجه السرعة في الوطن العربي .

٣- ارتفاع تكاليف النقل له مردود سلبي في توزيع الكتاب العربي على أوسع نطاق .

٤- اختلاف قوانين ولوائح الشحن وعدم التطبيق الفعلي للاتفاقيات العربية والدولية أثر تأثيراً مباشراً في وصول الطرود المشحونة في مواعيدها المحددة .

٥- عدم وجود تسهيلات خاصة بالمطبوعات من ناحية التخزين والتفريغ مما أدى في كثير من الأحيان إلى تلف كثير من المطبوعات في معظم الدول العربية)).[٤٥]

إن السلبيات كثيرة في هذا الجانب والصعاب متعددة ومتنوعة ، وإن الناشر السعودي يواجه العقبات المختلفة التي تقف حجر عثرة في إخلاصه

---

[٤٤] – حسين العوادات ، مرجع سابق ، ص ١١٨ .

[٤٥] – علي جاب الله مفتاح ، مرجع سابق ، ص ١٠٣ .

لتوزيع الكتاب خارج نطاق الدولة، وحتى في داخلها وإن كانت أخف ، وينبغي أن يؤخذ في الاعتبار ظروف الكتاب السريع التأثر بالعوامل الجوّية، وإلا يُكبد الناشر السعودي ثمن ما يتلف من نسخ الكتاب .

٦- إشكالية تتعلق بالمنافذ الحدودية المحلية والعربية :

وهذه الإشكالية لها أبعاد داخلية وخارجية ، وإن كانت أبعادها الخارجية أكثر وضوحاً، كما أن لها علاقة وثيقة بمصلحة الجمارك بالذات سواء المحلية والعربية ، فإذا كان الكتاب السعودي يلقى في مختلف نقاط التفتيش في الدول العربية معاملة يشوبها الكثير من الشك ، مما يترتب عليه تعطيل شحنات الكتب ويفوت بذلك الفرصة في وجود الكتاب بين يدي القارئ في الوقت المناسب . والوضع الأكثر استغراباً ما يحدث للكتاب السعودي الذي يطبع في الدول المجاورة نظراً لانخفاض تكاليف الطبع، وعندما يريد المؤلف أو الناشر إدخاله نجد أن الكتاب ((محارب فإذا طبعت في بيروت أو دمشق أو عمان ، ففي (حالة عمار) في الحدود السعودية يضطهد الكتاب في التفتيش، وتعطل السيارة التي تحمل الكتاب أيّامًا ، ويدفع المؤلف أو الناشر أجرة التعطيل، ثم أجور عمال من يترلون لـك صناديق الكتب وهي أجور باهظة مرهقة)).[٤٦]

النقطة الأخرى التي لها علاقة وثيقة بهذه الإشكالية تتعلق بالرسوم الجمركية على الكتاب إذ ((ما زالت بعض الأقطار العربية تفرض رسوماً

---

[٤٦] - حامد عباس ، مرجع سابق ، ص ٦١ .

مالية أو جمركية أو ضريبة على الكتاب، وبعضها الآخر لا يعطي للكتاب أية ميزة في مجال تحول النقـــد ، وإذا أضفنـــا إلى هـــذا التعقيـــدات الإداريـــة والبيروقراطية في ميدان التوزيع تدرك الزيادة المتوقعة على تكاليف الكتـــاب وبالتالي على سعره)) .[٤٧]

ومع أن هناك اتفاقية بين الدول العربية وقعت عليها أكثر هذه الدول ترفع القيود الجمركية عن المطبوعات لتيسير تداولهـــا وانتقالهـــا، وتشـــجيع الناشرين المحليين على توزيع كتبهم داخل هذه الدول وفيما بينها ، إلا أنها ما زالت حبراً على ورق و لم تدخل مجال التطبيق إلا في النزر اليسير منها .

وهذه التعقيدات الجمركية وهذه الرسوم المرتفعة نجدها ((متـــأثرة تأثراً مباشراً بالنظم الاقتصادية والسياسية في الوطن العربي، كل هذه المشاكل لها مردود سلبي على تداول الكتاب وعلى ارتفاع ثمن تكلفته وبالتالي وصوله إلى القارئ بسعر باهظ)).[٤٨] وهذه الرسوم نجدها كذلك مطبقة على المـــواد التي تدخل في إنتاج الكتاب من الأوراق والأحبار وآلات الطبع والتجليـــد وغيرها كثير ، مما يرفع من قيمته ويثقل كاهل الناشر والقارئ بمزيـــد مـــن التكاليف التي لا حصر لها .

وإذا أردنا أن نقارن بين وضعين للناشر المحلي أو العـــربي والناشـــر الأجنبي في مجال ما يواجههما من إشكاليات في هذا الجانب نجد أن الفـــارق شاسع ؛ حيث يواجه الناشر المحلي والعربي بشكل عام ((مأســـاة زيـــادة

---

[٤٧] - حسين العودات ، مرجع سابق ، ص ١١٨ .

[٤٨] - علي جاب الله مفتاح ، مرجع سابق ، ص ١٠٤ .

الجمارك بصورة مبالغ فيها على مستلزمات إنتاجه، ولن نقارن الجمارك على مستلزمات إنتاج الكتب في الوطن العربي بالدول الأجنبية الأخرى لأن المقارنة مخجلة فهناك يشجعون الناشرين بشتى الطرق على نشر الكتب وتسهيل التصدير وتعميم الثقافة)).[49] مما يوجد محنة حقيقية تواجه التوزيع بشكل أساسي تحد كثيراً من سلاسة قنوات التوزيع وتفاعلها مع الثقافة العربية الشاملة .

٧- شركات التوزيع المتخصصة في المجال :

وهي شركات أو مؤسسات تنحصر مهمتها في توزيع المطبوعات المختلفة من كتب ودوريات على اختلاف مستوياتها ، سواء كانت شركات محلية تعمل داخل الدولة أم شركات عربية عامة تعمل على نقل الكتب العربية بين مختلف الدول العربية وغير العربية.

والوضع القائم حالياً للناشرين السعوديين أنهم يمارسون كلا الدورين، وأقصد بهم دور الناشر ودور الموزع ، وإذا كانت هذه الظاهرة التي ما زال وجودها بيّناً في الدول الأجنبية فإنها لا تشكل ظاهرة أو غالبية دور النشر؛ إذ إن هذه الدور تقوم بإسناد أمر التوزيع إلى مؤسسات وشركات أو حتى دور توزيع متخصصة في هذا المجال ، وتتفرغ هي لعملية النشر بحدّ ذاتها ، والوضع المحلّي يختلف جذرياً ؛ إذ إن الظاهر والملاحظ أن الغالبية من الناشرين السعوديين يقومون بعملية النشر كاملة ، نشراً وتوزيعاً ، مما يفقدها التركيز المهني المتخصص .

---

[49] - أشرف مصطفى هندي / مرجع سابق ، ص ٩٩ .

وحتى دور التوزيع المحلية نجدها بين ((أحد أمرين .. أمّا أن تقبل بالمغامرة ، ويتولى توزيع الكتاب المحلي ضمن ما يوزع من مطبوعات أخرى، وأمّا أن تقتصر على توزيع الصحف والمجلات والأدوات المدرسية والمكتبية .. ومعظم دور التوزيع تتعامل الآن بالأسلوب الأخير ــ وهذا أربح لها ــ وتوفر على نفسها الكثير من متاعب التخزين وحسابات الناشرين التي تأخذ دورة طويلة ، ومعظم دور التوزيع يقتصر عملها في مدينة واحدة ، ولا تسمح إمكانياتها بالتوسع بفتح فروع في مدن أخرى أو حتى في المدينة الواحدة)).[٥٠] مما يفقدها الكثير من مميزات الموزع الجيد . يضاف إلى ذلك إرتفاع نسبة عمولة البيع على كل كتاب ، إذ تتراوح بين ٤٠% إلى ٥٠% من سعره ، وهي نسبة تميل إلى الإجحاف والمبالغة.

وتعتمد دور التوزيع المحلية في أداء عملها على العشوائية المتمثلة في عدم وجود خطط تسويقية جيدة تهتم بأمر السوق المحلي وتوجهاته ، في كافة المدن السعودية ، ومسارات الثقافة المحلية والحرص على التفاعل معها بشكل إيجابي ، وهي بهذا تفقد عنصراً مهمّاً للغاية ، يتمثل في وجود التسويق العلمي الذي يعد مفقوداً، ولهذا يوصف أداء التوزيع وعمله ((عملاً ناقصاً إذا انفصل عن التسويق؛ لأن اهتمامات التسويق واسعة وشاملة ودقيقة .. فهناك دراسات لحالة السوق تبين اتجاهات الرأي العام، وسعي مُركز لتقديم السلعة في أبهى صورها مع شرح كامل لتأثيراتها على الحياة والمجتمع)).[٥١]

---

[٥٠] – سباعي عثمان ، مرجع سابق ، ص ٢٦ .

[٥١] – حامد عباس ، مرجع سابق ، ص ٨١ .

ويلاحظ أن ((معظم دور التوزيع وحتى دور النشر لا تزال تـــدور حول رأس المال، وبعض دور التوزيع ـــ المتمرسة ـــ تعتمد على سلع أخرى بجانب الكتاب كالأدوات المدرسية، والهدايا، وغيرها مـــن الســـلع المغريـــة السريعة الحركة في السوق تجنباً للخسائر المتوقعة من وراء الكتاب .. ذلـــك لأن الكتاب ـــ حتى الآن ـــ من السلع البطيئة الحركة في السوق ، ومردوده القليل يتبدد في خدمته خلال بقائه الطويل في المكتبات)).[٥٢]

إن الخلل في شبكات التوزيع لا نجدها فيما بـــين الأقطـــار العربيـــة فحسب، بل إننا نلمس ذلك داخل الدولة نفسها ؛ حيث نرى أنه ((مـــن العسير أن نجد موزعاً عربياً واحداً في أي قطر لديـــه الإمكانـــات الكافيـــة والوسائل الحديثة لتوزيع الكتاب بسرعة كافية ، وبشمولية تغطي القطر كله، مدنه وبلدانه ، ونتيجة لهذا يعتمد توزيع الكتاب داخل القطر الواحد علـــى مكتبة هنا وهناك ، وعلى نشاط جزئي في العاصمة أو المدن الكبيرة ، يقـــوم به موزع أو يقوم به الناشر نفسه)).[٥٣]

هذا وتوجد في ميدان التوزيع المحلي شركتان تعمل في هذا المجال هما: الشركة الوطنية الموحدة للتوزيع ، والشركة السعودية للأبحاث والتســويق ، تمارسان التوزيع الداخلي والخارجي على حدٍّ سواء للمطبوعات الســعودية وغير السعودية ، ونجد أن تركيزهما يكاد يكون محصوراً في توزيع المطبوعات غير الكتب من صحف ومجلات محلية وغيرهـــا مـــن المطبوعـــات العربيـــة

---

[٥٢] – سباعي عثمان ، مرجع سابق ، ص ٢٧ .

[٥٣] – حسين العودات ، مرجع سابق ، ص ١١٩ .

والأجنبية ، أمّا مجالهما في توزيع وتسويق الكتب فما زال يكتنفه الغمـــوض والضعف وعدم الوضوح ، مما أضعف من دورهما في هذا المجال .

إن وجود مثل هذه المؤسسات أو الشركات القادرة علـــى توصيـــل الكتاب السعودي والعربي داخل الدول العربية وفيما بينها وحتى عالمياً تعـــد مسألة في غاية الأهمية، ونحن فــــي ((أمس الحاجة إلى قيـــام الشـــركات المتخصصة بتوزيع الكتاب على نطاق الوطن العربي كله بحيث يصل إلى يدي القراء في جميع المدن وجميع القرى من الخليج إلى المحيط، كما تصل الصحيفـة أو المجلة سواء بسواء ... ليس هذا فحسب بل إننا في أمس الحاجة إلى قيـــام شركات قادرة على توزيع الكتاب العربي على نطاق عالمي، بحيث يتوافـــر في أميركا وأفريقيا وآسيا وفي كل مكان ، وبخاصة في البلدان الإسلامية الـــتي تعتبر سوقـــاً أساسية من أسواق الكتاب العربي)).[٥٤]

٨- إشكالية تتعلق بالضبط الوراقي (الببليوجرافي) لما ينشر في الدولة:

والمقصود بالضبط الوراقي (الببليوجرافي) حصر الإنتاج الفكـــري الصادر داخل الدولة من مؤسسات النشر ودورها سواء كانت حكوميـــة ، علمية (جامعات)، أم تجارية ، ولا يقتصر الحصر في كثير من الأحيان علـى الوراقي بل يتعداه إلى غير الوراقي من مواد سمعية وبصرية بشرط أن تصـــدر

---

[٥٤] – منير البعلبكي " الكتاب العربي ومشكلات التوزيـــع " الآداب ؛ ع١ ، س ٢ . – (كانون الثاني = يناير ١٩٧٢م) . ـــ-- ص ٧٣ .

داخل الدولة نفسها ، من مؤلفين ومنتجين محليين ، وليس بالضرورة أن يكون مطبوعاً داخل الدولة .

والإشكالية في هذا الجانب ليست في عدم وجود الببليوجرافية الوطنية السعودية ، إذ إن مثل هذه الببليوجرافية موجودة بالفعل ، حيث تصدر عن طريق مكتبة الملك فهد الوطنية تحت اسم الببليوجرافية الوطنية السعودية الراجعة ، منذ عام ١٤١٦هـ ، مغطية ما صدر داخل الدولة من مؤلفين سعوديين وغير سعوديين، وقد وصل عدد أجزائها إلى ثلاثة عشر جزءاً، وكما ذُكر سابقاً ليست الإشكالية في عدم وجودها بل إن الإشكالية تتمثل في عدم إتاحتها بشكل واسع ومتوافر، حيث لا توجد في الأسواق ونقاط البيع ، ولم توزع إلا على عدد محدود من المهتمين والمتخصصين ، ولعل في إخراجها في قرص ليزريّ يُسهل عملية انتشارها .

وعلى هذا يمكن حصر أبعاد هذه الإشكالية في النقاط التآلية :

١- محدودية انتشار الببليوجرافية الوطنية السعودية وعدم توافرها في مختلف المنافذ الداخلية التي يمكن أن يتعرف عليها القارئ .

٢- محدودية انتشار الببليوجرافية الوطنية السعودية وعدم توافرها في مختلف المنافذ خارج نطاق الدولة نفسها ، ومحدودية انتشارالببليوجرافية الوطنية للدول العربية الأخرى داخل الدولة .

٣- اكتفاء هذه الببليوجرافيات بالحصر لهذه المطبوعات فقط دون الإشارة لتوافرها في الأسواق أو أنها نافدة من منافذ البيع .

٤- عدم وجود الببليوجرافية العربية الشاملة التي تخدم قضية الثقافة بشكل عام .

٩- القيود المفروضة على إخراج العملة :

ومثل هذه الإشكالية لا يعاني منها الكتاب السعودي محلياً ؛ بل إنها مشكلة خارجية تحد من تعامل الموزع السعودي الذي يريد أن يوزع كتبه في بعض الدول العربية التي لديها قوانين تحد أو تمنع خروج عملتها أو الدولار الأمريكي خارج الدولة ، وهي قيود تحدُّ كثيراً من توزيع الكتاب السعودي والكتاب العربي بشكل عام، وهي قيود يمكن تصنيفها إلى نوعين من القيود : ((جزئي وكلي ، فأمّا القيود الجزئية : فهي تلك التي تحدد إخراج العملة مجرد تحديد من غير أن تحظره مرة واحدة، وإنما يتم ذلك من طرق منح الموزع إجازة سنوية أو شهرية بمبلغ معين يحق له إخراجه من عملة البلاد شرط أن يثبت بما يقدمه من فواتير الاستيراد استخدامه هذا المبلغ في شراء الكتب من مصادرها المختلفة ... وأمّا القيود الكلية فهي التي تحظر إخراج العملة من بلد إلى آخر كلما اتصل الأمر بالكتاب والناشرين حظراً كاملاً، فأنت تستطيع أن تسوِّق منشوراتك في بعض الأقطار العربية ولكنك لا تستطيع إخراج حصيلة مبيعاتك من تلك الأقطار))؛[٥٥] مما يلجئ مختلف الموزعين والناشرين إلى سلوك طرق ملتوية لأخذ وتحصيل مستحقاقم لجهودهم ونشاطهم في هذا المجال .

---

[٥٥] - منير البعلبكي ، مرجع سابق ، ص ٧٢ .

١٠ – مشكلة حصر الاستيراد في بعض الدول العربية في مؤسسة واحدة:

مما يعني معه وجوب تعامل الناشر والموزع السعودي عند تعامله مع الدول الآخذه بهذا النهج بهذا الأسلوب ، حيث أدى هذا الأسلوب إلى ظهور بعض السلبيات لعل من أهمها ما يتمثل في النقاط التالية :[٥٦]

١- الحد من حرية حركة الكتاب وسهولة تنقله في الدول العربية .

٢- التمكين لفئة لا تكاد تزيد على أصابع اليد الواحدة من التحكم في مصائر توزيع الكتاب العربي وغير العربي .

٣- أن المسئولين في المؤسسات المعنية كثيراً ما ينفردون في تقرير العدد الذي ينبغي استيراده من كتاب ما ، بصرف النظر عن قانون العرض والطلب .

ومع ما لهذا المنهج من إيجابيات لعل أهمها توحيد جهة التعامل التي ينبغي أن يتعامل معها الناشر أو الموزع السعودي وتحديدها في جهة محددة مما يسهل معه تحرير الحقوق المالية والإدارية بشكل محدد، إلا أن السلبيات والمآخذ تقلل من فاعلية هذه الحسنة وتنميتها .

---

[٥٦] – منير البعلبكي ، مرجع سابق ، ص ٧٣ .

هذه هي أهم الإشكاليات التي تحول دون تدفق الكتاب السعودي وتنقله في رحلته محلياً وخارجياً ، وهي مشكلات لا نستطيع القول إنها متعسرة الحل والعلاج ، بل إن الإرادة الحقيقية الصادقة والعزيمة القوية المخلصة تستطيع أن تقضي أو ــ على الأقل ــ أن تحد من آثارها على توزيع الكتاب السعودي محلياً وخارجياً .

المبحث الثالث : الحلول المقترحة لإشكاليات توزيع الكتاب السعودي

وسيكون طرحُ هذه الحلول من واقع الترتيب نفسه الذي رتبت به واعتمد عليه في المبحث الثاني لهذه الإشكاليات ، بحيث يرد فحوى الإشكالية وبحسب الحاجة ، وبعدها يطرح الحلول ، إمّا في شكل نقاش وإما في صورة عدد من النقاط ، بحسب ما تطلبه الحالة وتحتاجه .

١- الحلول المقترحة لتفشي الأمية القرائية بين أفراد المجتمع السعودي وانتشارها :

أطراف المسؤولية في هذه الإشكالية متعددة ؛ الأسرة ، والتعليم العام بمختلف مراحله، والتعليم العالي بجميع تخصصاته ، والإعلام المسموع والمرئي والمقروء ، وكافة مؤسسات المجتمع فردية كانت أو جماعية ، عامة أو خاصة، كلٌّ في موقعه عليه نصيب من الجهد في الإسهام للقضاء على هذه الظاهرة المعيقة لتقدم الأمة ورقيِّها .

وعلى هذا فإن هناك عدة واجبات ينبغي على البيت ألا يتنصل منها، وأن يجاهد في القيام بها ، وهذه الواجبات جميعها تنصبّ في خندق واحد ،

ألا هو زرع عادة القراءة في نفوس الأبناء ، وتشجيعهم عليها ، وذلك بالقدوة الصالحة من الأبوين ، ودفع الأبناء إلى الاهتمام بتكوين مكتبتهم الخاصة بهم والعناية بها من قبلهم ، وترك الحرية المعقولة مع المراقبة من بعيد في اختيار ما يقرأون وما يحبون أن يقتنوه من الكتب ، وجعل نصيب الإسهام في شراء الكتاب من المصروف الذي يخصص لهم كل شهر، والأخذ بأيديهم حيال هذا الجانب ، تارة بتشجيعهم على المناقشة والتلخيص، وتارة أخرى بإبداء الرأي مع تخصيص بعض الإغراءات المادية والمعنوية لتميز بعضهم عن بعض، وإيجاد روح المنافسة بينهم في هذا المجال .

أمّا التعليم العام في المرحلة الابتدائية فإن مسؤولياته كبيرة ، وخطورتها مرتبة حسب أهمية تدرج الطالب في هذه المراحل ، إذ ينبغي على التعليم الابتدائي أن ينمي غرس البيت ويرعاه ويوجهه الوجهة الصحيحة ، وأن يكوّن لدى الطالب مهارات وعادات القراءة الصحيحة ، من الجلوس وحسن العناية بالكتاب وكيفية تقليب صفحاته وعناصر الاستفادة منه والرفع من سرعة القراءة وتحسين أدائها، والاهتمام بشخصية الطالب القرائية وميله الموضوعي بحيث لا يفرض عليه جانبٌ موضوعيٌ بعينه على أسس أن هذا أفضل وهذا لا يفيد ، إن التوجيه مطلوب لكن في نطاق ميول الطالب ورغبته السليمة الموائمة لتعاليم ديننا الحنيف، وعادات وتقاليد المجتمع المتوافقة مع شرع الله ونهجه القويم .

وفي مرحلة التعليم المتوسط والثانوي ينبغي أن يوجه الطالب إلى القراءة التخصصية التي تساعده في تكوين شخصيته المتميزة ، أدبية كانت أو علمية ، حيث إن مثل هذه القراءات سوف ترجع عليه بالفائدة الجمة

والهدف المنشود، ولتحرص هذه المدارس على اختلاف مراحلها على العناية بأمور ثلاثة أساسية ؛ أولها : المكتبة ، وثانيها : مجموعات هذه المكتبة ، وثالثها : إدارة هذه المكتبة ، إذ إن هذه الأمور الثلاثة لها أهمية وقيمة مرتفعة، فمبنى المكتبة الذي يهيئ للطالب الجوَّ المناسب للقراءة هو في غاية الأهمية ، من حيث اتساعه وتصميمه الهندسي وموقعه الجيد ، وكلُّ ذاك يدخل في صميم دور المكتبة المدرسية المعينة على تحقيق أهدافها ، كذلك المجموعات التي لا تسطيع المكتبة أن تقوم بمهمتها بدونها، إذ ينبغي أن تكون غنية كل الغنى بالمجموعات التي تخدم العملية التعليمية وميول الطلاب القرائية ، كذلك لا تسطيع المكتبة ومجموعاتها الجيدة أن تؤدي دورها بشكل مرضي عنه في غياب الإدارة الناجحة والواعية لدورها المهم ، وحتى أساتذة المدرسة عليهم جزء من المسؤولية في الرفع من قيمة المكتبة وتوجيه الطلاب للقراءات المختارة التي تخدم المنهج تحت إشراف أساتذتهم ومعلميهم .

أمّا التعليم العالي ومسؤولياته حيال هذه الجانب فهي كبيرة جداً ؛ خاصة وأنه يملك الإمكانيات الجيدة ؛ من وجود مكتبات مركزية غنية بالمجموعات الغنية التي تساعد الأساتذة بل ونظام التعليم في تكوين نواة للبحث، وتزرع حب التكوين البحثي لدى الطلاب بكل يسر وسهولة، إذ إن غياب المنهجية البحثية والتركيز على المقرر وما يلقيه الأستاذ فيه من السلبيات ما الله به عليم ، فالبحث وتطوره ضمان لتقدم الأمم وريادتها ، ولو وجد التعليم المعتمد على البحوث في الدرجة الأولى لاستطاع التعليم العالي أن يوجد الكوادر الوطنية المؤهلة لتحمل المسؤولية والقيام بدورها في

نهضة البلاد والعباد، ولرسخنا عادة القراءة في النفوس وأوجدنا جـــواً مـــن النشاط المعرفي المعتمد على المطبوعة العلمية كتاباً كان أو دورية.

أمّا الإعلام المسموع والمرئي والمقروء فدوره في تنمية هـــذه العـــادة وتعهد غرسها واضحٌ كل الوضوح ، إذ يجب عليه أن يتحمل ما يخصه مـــن مسؤوليات في هذا الجانب، وذلك بتعهد الكتاب والإعـــلان عنـــه وعقـــد البرامج المفيدة حوله وتناول قضاياه والجديد منه في مختلف وسائله، والقيـــام بالمنتديات الثقافية السنوية وغير السنوية ، واستغلال مختلف المحـــافل المحليـــة كالدورات الرياضية في توصيل المعلومة الصحيحة عن الكتـــاب وأهميتـــه، ورعاية الأدباء والعلماء بالتعريف بهم وتشجيعهم مادياً ومعنوياً ، ومنحـــهم مختلف مستويات الدعم المسؤول عن الرفع من شأنهم وقيمتهم ، وتخصيـــص مساحة إعلانية لهم في مختلف وسائله ، وعقد الندوات الثقافية الـــتي تجمـــع علماء الأمة وأدباءها مع الاهتمام والتركيز على رعاية حقوقهم وما يســـمى بحقوق التأليف والنشر، ومنع المنافسة غير المتوازنة والتقليل من أثرها، كـــأن يمنح الناشر والموزع السعودي أولوية في الاهتمام الإعلامي مقدماً على غـيره في هذه المجال المهمّ .

كذلك على مؤسسات المجتمع المختلفة الرسميـــة منـــها والعامـــة أن تتصدى لهذه الإشكالية بالدعم المادي والمعنوي لها كـــلٌّ بحســـب موقعـــه ومكانه، وعليها أن تستشعر أهمية القيام بهذا الدور وأن تعتني به غاية عنايتـها وأن تمنحه جُلَّ اهتمامها ، فتعقد المنتديات الثقافية، وتشـــجع الاختراعـــات العلمية وتساندها ماديا وأدبياً ، فتقوم بذلك بدورها خدمة للمجتمـــع أولاً ، وللثقافة العامة والمتخصصة ثانياً .

وإذا تحقق هذا استطعنا أن نحرك عجلة النشر في بلادنـــا، وبالتـــالي التوزيع الفعال لما ينشر؛ لأن هناك منظومة ديناميكية تساعد علـــى القـــراءة وتحبذ ممارستها وعطاءها في تنمية هذه البلاد وتقدمها .

ومن ضمن الحلول المقترحة لهذه الإشكالية إجراء الدراسات المختلفـة التي تحدد أبعاد هذه المشكلة وطبيعتها وحجمها، واقتراح الحلول المناسبة لهـا من واقع العارف المستبصر لها، وينبغي أن تكون هذه الدراســـات شـــاملة مغطية لجوانب ثلاثة هي :[٥٧]

١- إجراء تحقيقات ودراسات عن أسباب العزوف عن القراءة .

٢المقروءة عند مختلف طبقات المجتمع السعودي .

٣- إجراء دراسات عن الاحتياجات الحقيقية لأفراد المجتمع السعودي .

- إجراء تحقيقات تتبعها دراسات من أجل معرفة دقيقة لنوعية الكتـــب

٢- الحلول المقترحة لإشكالية ارتفاع معدل سعر الكتاب وتـــدني عـــدد نسخه :

ولعلاج هذه الإشكالية نجد أن هناك العديد من الاقتراحات المفيـدة ، تتمثل في النقاط التالية :

أ - دعم الكتاب السعودي من قبل الدولة كما تدعم المواد الغذائية والســـلع الحياتية على أساس أن الغذاء يتكفل بنمو الجسم والكتاب يتكفل بنمو العقل المعرفي وارتفاع مستواه لدى الأفراد ((إن الدولة تعين مختلـــف الأغذيـــة ،

[٥٧] - نقل بتصرف من : محمود بوعياد ، مرجع سابق ، ص ٩٧ .

وتعين صيادي الأسماك والأندية الرياضية ، وتعين الصناعة ، وتعين على الزواج ، وتعين على العقار ، والصحافة ، والطلاب والطالبات ، وتصرف لهم مبالغ طائلة على التعليم بمختلف مراحله ، وهذه نعمة نحمد الله عليها .. علماً بأن الكتاب لا يقل أهمية عن هذه المرافق ، ولعله أهم من بعضها بكثير، فغذاء الروح والعقل ليس أقل أهمية من غذاء الجسد ، بل إن مردود غذاء الروح والعقل ــ في النهاية ــ أفضل وسيلة لترشيد مختلف القطاعات، ومختلف السلع المعانة وتوظيفها على أسس علمية واعية تحقق أهدافها)).[٥٨]

ودعم الكتاب من قبل الدولة أمل الكتاب والمؤلفين ومنطلقهم في ذلك أنه ((لولا دعم حكومتنا للأغذية ، وتقديمها إعانات مادية ضخمة لها، لكانت أثمانها فوق طاقة الكثير من المواطنين ، إن لم يكن كلهم، وإنني أعتبر رغيف الخبز صنو الكتاب، ولا فرق بينهما، فكلٌّ منهما له دور لا يستغنى عنه إطلاقاً ، ومن هنا نرى ضرورة وضع إعانات لتخفيض ثمن الكتاب ، وغيره من وسائل توصيل الثقافة إلى الناس، كما يحدث بالنسبة للأغذية ، فنحن في حاجة إلى طاقة الجسم وطاقة العقل لتسير حياتنا بشكل متوازن نضمن به ــ بإذن الله ــ لمستقبلنا تألقاً وازدهاراً يقلل من حجم الفارق بيننا وبين من سبقونا علماً ، وثقافة ، وتجارب، وتطوراً في شتى مناحي الحياة)).[٥٩]

---

[٥٨]- سباعي عثمان ، مرجع سابق ، ص ٢٨ .

[٥٩]- حامد عباس ، مرجع سابق ، ص ٥٧ .

ومع وجاهة وأهمية مثل هذا الاقتراح إلا أن أمر تفعيلـــــه صعـــب، ويعتقد الباحث أنه ليس بالإمكان القيام بهذا في حالة الوضع الحاضر، وأقصد به أن الظروف الاقتصادية غير موائمة لتنفيذ وتطبيق مثل هـــذا الاقـــتراح ، ولهذا فإن البديل هو الدعم المطبق في الوقت الحالي بأن يســتمر، حيـــث إن شراء الجهات الحكومية لهذه المطبوعات السعودية فيه دعم للمؤلف والناشـــر والموزع ، وإن كان لا يوازي الاقتراح الأساسي الذي نوقش منذ قليل ، من حيث تعميم الفائدة في خفض السعر لجميع الكتب بدعم الحكومة للكتاب .

ب- ولعل مما يسهم في خفض التكاليف وبالتالي خفـــض ســـعر الكتـــاب السعودي وقدرته على المنافسة المحلية وغير المحليـــة ، الاقـــتراح بإعفـــاء ((الكتاب من أية رسوم حتى بالنسبة للناشرين الأفراد حتى تشجعهم على النشر وتمكنهم من خفض سعر الكتاب)).[٦٠] ليس هذا فقط، بل يتعدى ذلـــك إلى رفع الرسوم عن المواد الداخلة في الطباعة ، من آلات طبع وأوراق طباعـــة وأحبار وقطع الغيار اللازمة، ومختلف الحاجات الداخلة في إنتاج الكتاب ، إذ من شأن هذا أن يؤثر في سعر الكتاب في نهاية المطاف ، فالرســـوم الحاليـــة مرتفعة ولا شك أن لها أثراً سلبياً على سعر الكتاب السعودي وقدرته علـــى المنافسة ، لذلك يرى الباحث أنه ينبغي على الدولـــة ـــ رعاهـــا الله ـــ أن تدعم الكتاب في هذا الجانب وتعطيه جُلَّ اهتمامها .

ج – تبني الناشرين السّـــعوديّين إصدار الكتب الشعبية الرخيصة الثمـــن ؛ نظراً لنوعية ورقها ونحو ذلك ، فإصدار مثل هـــذه الطبعـــة يســـاعد ذوي

٦٠- عبدالوهاب عبدالسلام أبوالنور، مرجع سابق ، ص ٦٢٣ .

الدخول المحدودة والمنخفضة على شراء ما يحتاجون إليه مـــــن كتـــب ، إذ ((شهدت سوق النشر في بعض الأقطار العربية ما يسمى بالكتاب الشـــعبي. والفكرة الأساسية هنا هي إصدار كتب تغطي كافة الموضوعات ويعتمـــد في نشرها على المواد الأولية الرخيصة؛ بغية تخفيف كلفة النشر، وبالتالي عـــرض الكتب بأسعار مناسبة تساعد المواطنين من ذوي الدخـــــل المحـــدود علـــى شرائها)).[٦١] كما أن ((العناية بإصدار (طبعات شعبية) زهيـــــدة الثمـــن للكتب ذات القيمة العلمية الجادة التي تنشر أو سبق أن نشرت في طبعـــــات ممتازة ذات أثمان باهظة)).[٦٢]يسهم بشكل فعال في تدني سعر الكتاب ليقرب بذلك من سعر المجلة الثقافية العامة ، وإذا تحقق ذلك فيعد نجاحاً جيداً للناشر السعودي ، وإذا وصل سعره إلى هذا المستوى سيحقق نقاطاً إيجابية لصالحـــه إذ ((لكي يوجد الكتاب الذي يحقق انتصاراً شعبياً ، لابد أن لا يتجـــــاوز سعره سعر المجلة كثيراً)).[٦٣]

د – أمّا بالنسبة لقضية تدنّي نسخ وأعداد ما يطبع من الكتاب السعودي وأثر ذلك في سعر الكتاب فإن الاتجاه المشجع على ذلك هو العمل على زيـــــادة أعداد نسخ الكتاب بحيث تصل إلى معدلات مرتفعة توازي أو تقرب مـــــن الوضع القائم في الدول الأوربية وغيرها ، لكن تبقى مسألة لها علاقة قويـــــة

---

[٦١] – غسان اللحام ، مرجع سابق ، ص ١١١ .

[٦٢]– عبد اللطيف الصوفي / لمحات من تاريخ الكتاب والمكتبات . ـــــ دمشق : دار طلاس للدراسات والترجمة والنشر، ١٩٨٧م . ـــــ ص ١١٧ .

[٦٣]– مود اسطفان هاشم / تجارة الحرف المطبوع : نشر الكتاب في لبنان وتوزيعه في العالم العربي ؛ ترجمة خليل أحمد خليل ، [١٩٩١م] . ـــــ ص ١٠٥ .

بهذا الجانب ، إذ لا يمكن أن نشجع الناشر أن يغامر بطبع المزيد وتكثير عدد النسخ ، والسوق المحلية والخارجية لا تستطيع أن تستوعبها إمّا لضعف القوة الشرائية أو لضعف الترويج والتسويق الجيد للكتاب السعودي ، وإذا الناشر وجد الأسواق التي تضمن له إلى حدٍّ كبير سوقاً معقولة تدرُّ له ربحاً معقولاً أيضاً فإن هذا الوضع سيعمل على تشجيعه لزيادة عدد النسخ إلى الحد الذي يكون مسهماً في خفض تكاليف الكتاب ورواجه بالشكل المطلوب .

هـ - كذلك من العوامل المساعدة في تصريف أعداد النسخ اهتمام الناشر المحلي بالموقع الجيد وما يتعلق به من مكونات تساعد على وصول المستفيدين والقراء لموقع التوزيع ، بحيث يكون هذا الموقع ((في محيط تجاري أو في محيط علمي ثقافي كمحيط الجامعات والمعاهد ودور التعليم الأخرى. كما تكون لمحله واجهات عرض نظيفة مرتبة وبإضاءة ممتازة ، ويجب أن يكون الأثاث عملياً ووفق ذوق رفيع جذاب، والكتب المعروضة تكون في وضع منسق علمياً بحيث يسهل للزبون والموظف الوصول إلى مجال تخصصه أو رغبته بسرعة ويسر. وكذلك يجب أن يكون موظفو المحل مثقفين قادرين على مساعدة الزبون في توفير حاجته مع ضرورة التعامل بالأدب الجم والذوق الرفيع)).[٦٤]

إن زيادة عدد نقاط البيع وتوزعها الجغرافي الجيد داخل المدينة والدولة يساعد على سهولة تصريف النسخ وزيادة عملية التوزيع بشكل

---

[٦٤]- أحمد محمد القلال / الناشرون ونشر المطبوعات . ـــ بنغازي : منشورات جامعة قاريوس ، ١٩٩٤م . ـــ ص ١٤٨ .

يرجع بالفائدة المرجوة على مستقبل الكتاب السعودي وتوسيع دائرة توزيعه وانتشاره محلياً وخارجياً .

٣- الحلول المقترحة لقصور النشاط التسويقي للكتاب السعودي :

إن الحاجة إلى وجود نشاط تسويقي يكون محور اهتمامه الكتاب السعودي وقضايا توزيعه مسألة في غاية الأهمية ، فالكتاب يحتاج إلى مثل هذا النشاط للتعريف به وإيصال المعلومة المجردة عنه ، وأول ما ينبغي الاهتمام به في هذا المجال الحرص على ترسيخ مبدأ أهمية التسويق لدى الناشرين والموزعين السعوديين ، فيدركون أهميته ويعون فوائده ويستشعرون إيجابياته على توزيع إصداراتهم وسرعة انتشارها ورواجها ؛ إذ بدون هذا الإدراك والحس لأهمية التسويق يصبح أمر الاهتمام به نشازاً ، وإدراك أهميته ضعيفاً ، ولهذا ينبغي توجيه الاهتمام إلى هذه الفئة فتعقد لهم الندوات وتقام لهم الحلقات التي تهتم بالتسويق فيدعون لها ويسهمون في نشاطها .

أمّا عن مسألة من يقوم بهذه الندوات فهناك جهات ثلاث يراها الباحث جديرة بالتصدي لها إمّا منفردة أو بعملٍ مشترك فيما بينها في جهود متعاضدة موفقة ، فهناك الغرف التجارية وهي مؤهلة لذلك ، وهناك وزارة الإعلام وهي المعنية في القيام بأمر التسويق، وأقصد به الإعلان في مختلف أجهزتها المسموعة والمرئية والمقروءة ، وهناك الجامعات ومراكزها الخدمية الموجه نشاطها للمجتمع (عمادات خدمة المجتمع) .

إن الاهتمام بالتسويق وعملياته المختلفة سيضمن ــ بإذن الله تعالى ــ لنا ((توزيع المطبوعات من خلال شبكة منظمة تسهم فيها المؤسسات الحكومية والناشرون ومؤسسات المعلومات والمكتبات وبالشكل الذي يؤمن وصول الكتاب إلى مراكز البيع والمستفيدين على مستوى المدن والمناطق النائية والريفية))،[٦٥] وبهذا الأسلوب نستطيع أن نقول إنّا قد سهّلنا أمام القارئ الكتاب ووضعناه في دائرة اهتمامه ومحيط عنايته ، إذ لا يتصور من القارئ العادي أن يجاهد للحصول على مبتغاه، بل ينبغي أن يلقاه أمامه وفي متناول يده بدون مزيد مشقة وتعب .

واعتماد حملة التسويق سيكون اهتمامها منصباً على الإعلام والإعلان واستغلال الأجهزة المسموعة والمرئية والمقروءة محلياً وخارجياً ، ولهذا نجد أن على أجهزتنا الإعلامية محلياً وخارجياً أن تسهل مهمة الناشر والموزع في تخفيض رسوم الإعلان ، وعقد الندوات ومختلف اللقاءات التي يدعى لها مختلف المهتمين بهذه القضية ، وينبغي أن يكون للإعلان سياسة واضحة ((على أن تكون هذه السياسة مرنة وتختلف من كتاب إلى آخر ومن موضوع إلى آخر)).[٦٦]

إن وسائل الإعلان التي لا بد أن يهتم بها الناشر والموزع السعودي ، ويركز عليها جهده ينبغي ألا تكتفي بهذه الأجهزة فحسب، بل عليها أن تتعدى إلى غيرها ، فتقوم مثلاً بحملة ترويجية عبر البريد بواسطة منشور

---

[٦٥] – مجبل لازم مسلم المالكي ، مرجع سابق ، ص ٤٢ .

[٦٦] – عبدالله محمد الشريف ، مرجع سابق ، ص ٩٧ .

يوضح معلومات مهمة عن مختلف الإصدارات وكيفية الحصول عليها ، ومعارض الكتب وقوائم دور النشر ، ومن خلال الأندية الأدبية المحلية وغيرها ، وينبغي على الناشر والموزع السعودي أن يكون متقد الذهن متوهج الفكر في استغلال المفيد منها بما يعود على الكتاب وعليه بالفائدة .

ومردود هذه الوسائل مهم للغاية حيث ((إذا قامت هذه الوسائل بالإعلان عن الكتب الجديدة فسوف تتعدى النتيجة ارتفاع أرقام التوزيع لتصل إلى تضخيم سمعة المؤلف وبالتالي إمكانية بيع حقوق المؤلف إلى شركات بمبالغ خيالية والإذاعات)).[67]

وقد تناول أحد الباحثين تناول أساليب التسويق للكتاب السعودي فوضع بعض النقاط التي تسهم في الإعلام والإعلان عنه ، لتوسيع دائرة توزيعه فيقول :[68]

١- إيداع النسخ النظامية للمكتبة الوطنية في البلاد نيابة عن المؤلف .

٢- الإعلان عن الكتاب عبر وسائل الإعلام المختلفة .

٣- الاتصال بالجهات المسؤولة عن الكتاب .

٤- إيصال المعلومات البيليوجرافية للجهات المسؤولة عن التكشيف والتوثيق .

٥- التوزيع عبر شبكة كبيرة من المراكز المحلية والدولية .

---

[67] - أحمد محمد القلال ، مرجع سابق ، ص ١٤٩ .

[68] - عباس صالح طاشكندي " صناعة الكتاب السعودي المعاصر : دراسة تحليلية " مجلة الإقتصاد والإدارة (جامعة الملك عبدالعزيز) ، ع١١ . ـــــ (رجب ١٤٠٠ ـ يونيو ١٩٨٠م) . ـــــ ص ص ٣٨ ، ٣٩ .

٦- إقامة المعارض الخاصة بعرض الإنتاج الفكري والتعريف به .

٧- الإعداد لعقد ندوات تتناول الأعمال البارزة .

٨- إصدار القوائم المرتبة بالإنتاج المنشور.

إن على كلٍّ من الناشر السعودي والموزع أن يستفيد من هذه الوسائل ويبحث عن وسائل أخرى لتكون منطلقاً له إلى عالم يسوده التنافس المحموم الذي يعد البقاء فيه للأفضل والأقوى والأصلح .

وعلى الصحافة المحلية دور مهم في هذا الجانب ، ذلك أن هذه الوسيلة تتسم بالانتشار الواسع ، ولهذا فإن عليها واجباً يتمثل في اتجاهين ؛ أولهما الاهتمام ((بعملية تشجيع لقطاع دور النشر واهتمامها بالكتب الجديدة عن طريق تخصيص صفحات محددة للكتابة عن المؤلفات الجديدة ونقدها وشرحها والكشف عن محتواها))،[٦٩] والاتجاه الثاني يتمثل في تسهيل إجراءات الإعلان الإدارية والعمل على تخفيض تكاليفه وعدم معاملة الكتاب كسلعة تجارية مربحة في كل الأحوال ، وهي إن فعلت ذلك فقد أدت دورها وقامت بمسؤولياتها المجيدة خدمة للثقافة المحلية والعربية .

كما ينبغي كذلك الاهتمام بشكل جيد وملحوظ بمعارض الكتب المحلية والخارجية عربية أو دولية ، وتيسير سبل الاشتراك فيها من قبل الجهات المختصة ، وتخفيض رسوم الإسهام فيها ، وتتميز معارض الكتب عادة بشمولية نشاطها حيث ((تُقدِّم فيها كلُّ وسائل توصيل الثقافة إلى الناس ، الكتاب ، الفنون بمختلف أنواعها ، الأفلام الثقافية والعلمية ، التراث الشعبي،

---

[٦٩] - أمين جبر سليم ، مرجع سابق ، ص ٤٨ .

المتاحف ، الآثار ، وكلّ ما يمكن أن يساعد على الوصول إلى أكبر قدر من المعرفة)).[٧٠] خاصة وأنّه جاء من بين الاستبانات السبع عشرة أربع استبانات لم تشر إلى مشاركتها في معارض الكتب المحلية والخارجية ، مما يعد هذا تقصيراً في عملها سيؤدي إلى تأثر أدائها التوزيعي بشكل جيد .

وتبقى قضية أخرى لها مساس وأهمية في المجال وتسهم بشكل جيد في التسويق ، وأقصد بها تسهيل إجراءات الحصول على الإصدار وضمان وصوله للناشر ، حيث ينبغي تشجيع التعامل عبر البريد وإرسال ما يطلبه القارئ أين كان موقعه ، وأمر تحصيل تكاليف شحن الكتاب وإرساله وتحصيل سعره الأساسي فهذه مسألة يمكن التغلب عليها بوسائل عدة منها : الحوالات البنكية المضمونة التحصيل ، وبواسطة الشيكات المصدقة ، وبطاقات الائتمان، بحيث يمكن إرسال ذلك مصوراً على فاكس الناشر لكي يتم بعد ذلك القيام بخطوات الإرسال للقارئ في موقعه أياً كان .

وينبغي أيضاً الاستفادة من شبكة الإنترنت المحلية والعالمية ، وفتح صفحة لكلّ ناشر عليها مجمل إصداراته في شكل بيانات ببليوجرافية ومستخلص مفيد ، ويُضَمَّنْ في هذه الصفحة عنوان الناشر كاملاً ، وكيفية الحصول على إصداراته ،.وبهذا يكون استخدم طريقة عصرية تسهل عليه عملية التسويق والتوزيع .

---

[٧٠] – حامد عباس ، مرجع سابق ، ص ٨٨ .

٤- الحلول المقترحة لإشكالية الرقابة على الكتاب ... :

ولقد أسهم كثير من الباحثين في علاج هذه الإشكالية ، وقد اقترح أحدهم مجموعة من الاقتراحات لعلاج مشكلة الرقابة في الوطن العربي ، تلخصت في أربع نقاط هي :[٧١]

١- اعتبار السماح بدخول الكتب هو الأساس بغض النظر عن المواضيع أو اسم المؤلف أو الدار الناشرة على أن تضع كل رقابة تابعة لهذا البلد أو ذلك ضوابط معينة تكون معممة ليس فقط على جهازها الرقابي بل وعلى الموزعين والناشرين كمبادئ، ويكون الموزع ملزماً في حالة عدم الثقة في أمرها (من باب الرقابة الذاتية) بعرض الأمر على الرقابة .

٢- إعادة النظر في القوانين المتعلقة برقابة المطبوعات في الوطن العربي والاتفاق على لوائح وقوانين موحدة من أجل زيادة فعالية انتشار الكتاب العربي .

٣- تدعيم أجهزة الرقابة في الوطن العربي بالخبرات العلمية المؤهلة والقادرة على الشعور بمسؤولية الكلمة وأهمية الكتاب .

٤- التركيز على مفهوم ووظيفة الرقابة على الإنتاج الفكري لخدمة الثقافة العربية .

وهذه الحلول لو تفحصناها ودرسناها جيداً لوجدنا أن التصدي لها والقيام بها ليس بمقدور الناشرين المحليين في مختلف الدول القيام به ، بل هي اقتراحات تحتاج ــ كما ذكر ــ إلى جهود الدول المختلفة وحكوماتها ،

---

[٧١] - علي جاب الله مفتاح ، مرجع سابق ، ص ١٠٢ .

والشعور بأهمية هذه القضية والاحتياج إلى كسر الحواجز لتنقل الكتب العربية بين الدول، مع الاحتفاظ بأقل الشروط الرقابية التي تحفظ لكل دولة خصوصيتها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والدينية .

والباحث هنا يؤكد على الاقتراح السابق الذي يراه مفيداً في هذا المجال ، وأقصد به نظرية الرقابة الذاتية للناشرين ، بمعنى أن الناشر والموزع السعودي يوزع كتبه عن طريق ناشر عربي آخر ، وهذا الناشر يكون مسؤولاً عن تطبيق الرقابة الملائمة لبلده ، والناشر الأجنبي يبحث عن ناشر أو موزع سعودي يكون مسؤولاً عن تطبيق الرقابة الذاتية لبلده أيضاً ، ولو تم تفعيل هذه النظرية والفكرة لكان من أهم إيجابيتها تحسن أداء التوزيع وكسر بيروقراطية الرقابة ، والتخفيف من أضرارها على الثقافة العربية بشكل كبير .

وتبقى مشكلة الرقيب ومزاجيته العشوائية ، ولعلاج هذه الظاهرة نجد أنه لو عمل بمبدأ الاعتراض وحق الناشر السعودي وغير السعودي في مناقشة قرار الرقيب ، بحيث يمكن أن يطعن في منع الرقيب لهذا الكتاب أو تلك المطبوعة لكان هذا الحق وازعاً يخشى منه الرقيب أن يجر عليه سيلاً من المساءلة ، وبهذا يكون قراره متأنياً مائلاً للعدل وعدم الجور في الغالب .

كما أنه من الضروري وضع ضوابط ولوائح بموجبها يمنع ويسمح، ولا يترك الحبل على الغارب ، بل تسن القوانين والبنود التي توضح الأدوار وتجعل من عمل الرقيب عملاً محكوماً بالأنظمة، والرقيب عاملاً بلوائحها بشكل لا يحتمل اللبس أو الغرر أو الميل، ومن شأن هذا أن يرضي الناشر ولا يجعله مشككاً في هذا الرقيب وتحامله وتعسفه ولا رقيب آخر في ظلمه

وجبروته ، فهناك لوائح وأنظمة تحكم لا أشخاص يحكمون ويقررون وهـذا هو بيت القصيد .

٥:- الحلول المقترحة للإشكالية التي تتعلـق بوسـائط نقـل الكتـاب السعودي

وتتمثل الحلول التي تسهم في علاج الإشكاليات التي تتعلق بوسـائط نقل الكتاب السعودي في النقاط التالية :

أ - العمل الجاد على دراسة أجور النقل وتكاليفه لنقل الكتب والمطبوعـات الأخرى، والعمل الجاد على تخفيضها، وهذا العمل ينبغي أن يسـير في اتجاهين، تخفيض لأجور الشحن الداخلي عبر وسائل النقل المختلفة برّيًّـا وبحريًّا وجويًّا ، بحيث يصبح في مقدور الناشر والموزع السـعودي أن يستخدمها بشكل متواصل وميسر، ويكون لهذا التخفيض مردود علـى سعر الكتاب في النهاية .

والاتجاه الآخر يتمثل في حث الدول الأخرى عبر قنوات الاتصـال الثقافية والتجارية والاقتصادية على تبني مثل الأمر والعمل على إيجـاد آليـة تخفيض يستفيد منها الكتاب السعودي والعربي على حدٍّ سواء ، لتيسير سبل انتقاله وترحاله .

ب - التشجيع على قيام الشركات الخاصة بنقل الكتب والمطبوعات الأخرى نظراً لما تتطلبه مثل هذه النوعية من العناية الفائقة والمعاملة الخاصـة ، ودعم هذه الشركات أو المؤسسات بمختلف وسائل الدعـم المـادي والمعنوي ، بحيث تكون مثل هذه الشركات والمؤسسات متخصصة في نقل الكتاب داخلياً وخارجياً .

ج - ولتشجيع الناشر والموزع السعودي على نقل الكتاب السعودي داخل السعودية وخارجها ينبغي أن يعامل في مسألة الشحن ليس على مبدأ الوزن وإنما على مبدأ الطرد ، بمعنى أن حجم الطرد هو المؤثر وليس وزنه، فيكون لهذه الطرود أبعاد مقاسية طولية وعرضية مدروسة جيداً تساعد في ظروف النقل، ولهذا سيجد الناشر والموزع السعودي أن إرسال مائة نسخة كإرسال عشرين نسخة في التكاليف ، ولهذا سيحرص على أن يرسل دائماً مائة نسخة مما يعد عاملاً مساعداً على التوزيع الداخلي والخارجي .

د - كذلك ينبغي على جهات النقل الحكومي العمل على إيجاد الجهاز المتخصص في إدارة النقل بها المؤهل والقادر على كيفية التعامل مع مثل هذه الطرود التي تتطلب تعاملاً خاصاً .

هـ - العمل على توحيد إجراءات النقل الداخلي ــ قدر الإمكان ــ خاصة وأن مثل هذا التوحيد يعد في مقدور الجهات المختصة أن تدرسه وتقره، لأن أغلب وسائط النقل المطبق داخلياً يتم عبر وسائل ووسائط حكومية ، وهذا التوحيد في الإجراءات ووضوحها يسهل على الناشر والموزع السعودي التعامل الجيد والمريح معها ، وينبغي أن تكون التعديلات المستقبلية لهذه الإجراءات غير مفاجئة، ويُعتمد في تنفيذها على التدرج الزمني ، بحيث لا تُقْلِقُ ولا تُرْبِكُ الناشر ولا الموزع على حد سواء .

و - عقد الاتفاقيات الخاصة بالنقل المشترك، بحيث تتبادل فيه المنافع والمصالح مع الدول العربية والإسلامية وغيرهما ، بما يحقق الفائدة على الكتاب

السعودي بشكل خاص وسهولة تنقله داخل تلك الدوَل، والكتاب العربي بشكل عام وتيسير تحركه بين الدول وداخل الدولة ذاهّا .

٦- الحلول المقترحة لعلاج الإشكالية التي تتعلق بالمنافذ الحدودية المحلية والعربية :

وبما أن هذه النقطة بالذات تركز على دور الجمارك وما يواجهه الناشر والموزع السعودي من إشكاليات تحتاج إلى جهد مشترك بين الدول العربية لعلاجها ، والعمل على التخفيف من آثارها على حركة النشر العربية فيما بينها .

إن أول ما يواجهنا في هذا الجانب من الإشكالية ما يتعلق بعمل هذا الجهاز وتحديد مسؤولياته وصلاحياته ، بحيث ينبغي أن يُدرس هذا الجانب بشكل جيد بما يُوِّحد قوانينها وإجراءاهّا ويحدد صلاحياهّا ومسؤولياهّا ، والعمل على إعطاء الكتاب العربي العناية المناسبة والخاصة ؛ نظراً لما يترتب على التأخير من مثالب وسلبيات عديدة تؤثر على رواج الكتاب السعودي والعربي بكل يسر وسهولة .

أمّا ما يتعلق بالرسوم الجمركية، فمما لا ريب فيه أن الحرص على عدم معاملة المطبوع معاملة السلعة التجارية ينبغي أن يكون مبدأ عامًّا يجب العمل به في جميع الدول العربية ، فلا تفرض عليه الرسوم العالية مما يضيف عبئاً على الناشر السعودي في مجال سعر الكتاب ويحدُّ من قدرته على المنافسة في مختلف الدول ، كما أن تخفيض الرسوم ينبغي أن يكون عامًّا في التطبيق

وليس حكراً على الكتاب السعودي ، لكي يرجع ذلك بالفائدة على الثقافة العربية وسهولة تعميمها وانتشارها .

كما ينبغي العمل الجاد على تفعيل اتفاقية رفع القيود الجمركية الموقعة بين الدول العربية ، لما لهذا التطبيق من أثر على الناشرين المحليين وغيرهم .

٧- الحلول المقترحة حول الموزع وشركات التوزيع المتخصصة في المجال:

وهنا لا بد أن يتنبه الناشرون السعوديون إلى أهمية وجود مثل هذه الدور والمؤسسات التي تهتم فقط بأمر التوزيع ، وتترك لهم شأن النشر كلّه ، بحيث يتفرغون تماماً لهذا الدور المهني المتخصص ، مع الاهتمام بأمر النسبة التي سوف يأخذها الموزع ، بحيث تتسم بالمعقولية والإنصاف ، ولا تؤثر سلباً على سعره ، ولعل نسبة ٢٠% تكون مناسبة .

ولهذا ينبغي العمل الجاد على إيجاد المؤسسات المتخصصة المحلية التي تعنى بأمر توزيع الكتاب فقط ، ولا يوجد بين نشاطها منافس آخر له ، وذلك أن وجود مثل هذا المنافس يذهب تركيز هذه المؤسسة عن التوزيع الجاد للكتاب على أساس أن توزيع الصحيفة والمجلة أكثر إدراراً للربح وأسهل في الأمور المالية والإدارية ، وهذا هو وضع المؤسستين القائمتين اللتين تعملان في هذا المجال الآن ، إذ إن نسبة كبيرة من نشاطها موجه في الدرجة الأولى إلى مثل هذه المطبوعات ، مما أفقدها دوراً حيوياً في نشر الثقافة فيما لو تولت الكتاب تسويقاً وتوزيعاً ، وأولته جل عنايتها .

أمّا عن وجود مؤسسات وشركات عربية يتعدى نشاطها الدولة التي توجد فيها فهذا مطلبٌ مُلِحٌّ وضروري ، ولهذا فإن من المناسب لو وجدت شركة مساهمة عربية برؤوس أموال عربية تسهم فيها الدول العربية

والشركات والناشرون وحتى الموزعون المحليون ، لتكون هذه الشركة كبيرة في وجودها ، كبيرة في أدائها ، كبيرة في إيجابيّاتها وعطائها .

لقد اقترح أحد الباحثين حلاً أسهم به في هذا المجال ، حيث تتمثل هذه الفكرة ((بأن تتعاون كبريات دور النشر العربية ، في مختلف أقطار الوطن العربي ، على إنشاء شركة توزيع عربية برأس مال ضخم تسهم فيه كلُّ دار بما تستطيع ، وعندئذ يصبح في الإمكان إيصال الكتاب العربي إلى أرجاء الدنيا الواسعة، ويصبح في الإمكان أيضاً تبادل الإنتاج من أيسر السبل، فلا يعود التسويق قاصراً على الكتاب المصري والكتاب اللبناني دون غيرهما، بل ينتظم كامل الإنتاج الثقافي العربي أياً كان موطن نشره))،[٧٢] وهذه الفكرة في فحواها إيجابية كبيرة ومهمة ، لكن مثل هذه الشركة لو قُيِّضَ لها أن تقوم فإنها تحتاج إلى دعم الدول المختلفة، ولا يتوقع أن تلقى الدعم بدون وجود آلية تعود بالفائدة على هذه الدول كمكاسب مالية تعود عليهم من جراء ممارسة هذا النشاط بكل يسر وسهولة داخل دولهم .

وأياً كانت هذه الشركات والمؤسسات في صبغتها محلية كانت أو عربية فإن الأمر يتطلب عند ممارسة عملها أن تكون أمورها المالية والإدارية مدروسة بشكل علمي جيد ، وأن توجد الخطط التي تساعد على أداء عملها سواء في مجال التسويق أو التوزيع، وهذا الأمر في غاية الأهمية ؛ لما سوف يعود عليها بالفائدة المرجوة ، وتتمكن من الصمود أمام التحديات وهي كثيرة ، والصعاب وهي متعددة .

---

[٧٢] – منير البعلبكي ، مرجع سابق ، ص ٧٣ .

وعلى هذه الشركات والمؤسسات أيضاً أن تهتم بأمر الانتشار الجغرافي سواء كان محلياً أم غير محلي ، بأن توجد نقاطاً متعددة ومتفرقة في شتى أنحاء الدولة ، العاصمة والمدينة والقرية والريف ، وأن لا تجعل جُلّ اهتمامها العواصم وكبريات المدن وإن كان هذا مهمًّا لديها ، إلا أنه ينبغي الاهتمام بالمواقع الأخرى بشكل جيد.

ومن ضمن الحلول القابلة للتطبيق المحلي ما يتمثل في إمكانية تبني البريد في الدولة إيجاد جهاز متخصص يهتم فقط بأمر التوزيع ، بحيث يشترك في تأسيسه ودعم نظامه المالي والإداري الناشرون السعوديون يعتمد على أساس أخذ نسبة معقولة من بيع الكتاب، أي يقوم هذا الجهاز بدور الموزع ولكن عبر البريد فقط والاستفادة من توزعه الجغرافي فيما يعود بالفائدة على الناشرين في أي موقع من الدولة ، إذ تصبح فروع البريد في واقع الأمر تخدم هذا الجهاز عبر نظام مدروس ومعمم ، بحيث تردُ الطلبات إلى هذا المركز المتخصص الذي استوفى وجود الكتب السعودية لديه داخل مخازن مخصصة لذلك، ويتم إرسال ما يطلب منها بعد تحصيل المبالغ الخاصة به ، ويكون هذا التحصيل أمّا عبر شيك مصدق أو حوالة بنكية... إلخ ، ويرسل بعد ذلك نصيب كل ناشر سعودي على حدة كل شهر مثلاً أو ثلاثة أشهر ، بحسب ما يتفق عليه ، وهذا الاقتراح يدعمه الوضع القائم في بريطانيا ، حيث أنشأت ((مركزاً واحداً للتوزيع في إنجلترا ينوب عن مائة وثلاثين ناشراً في توزيع منشوراتهم بالبريد داخل البلاد وخارجها . وهو يساهم بذلك في حل مشاكل صغار الناشرين الذين لا يستطيعون تحمل نفقات الدعاية ولا يصدرون لأنفسهم قوائم " كتالوجات " سنوية أو

دورية، ولا يملكون المقدرة على تحصيل مستحقاقم من خارج بلادهم)).[٧٣]

وهذا الاقتراح يحتاج إلى دراسة من قبل جميع الأطـراف المعنيـة ، الناشـر ومصلحة البريد والجهات المعنية الأخرى ، لكي يكتسب الوضوح والرؤيـة البينة في مجال اهتمامه ومحيط عنايته .

وهنا اقتراح آخر ينصب تركيزه إقليمياً في الدرجـة الأولى ، يُعـنى ويهتم بأمر الخليج ودوله الست ، وقد ينسحب هذا الاقتراح على الـدول العربية لو أريد تعميمه ونقله من الإقليمية إلى العربية وحـتى الإسـلامية ، ويتمثل هذا الاقتراح في ((تكوين اتحاد بين دور النشر الخليجية تلتزم فيه كل دار بتوزيع نسبة مئوية من كل إصدار تنشره الدور الأخرى، بالإضافـة إلى إيجاد نسبة مئوية أخرى أقل لكل مؤلف يقوم صاحبه بطبعه علـى حسـابه الخاص ومن ثم يتعاقد مع دار نشر في وطنه لتوزيعه " بشرط " أن يكون لكل دار بالإضافة إلى المكتب طبعاً مكتبة للتوزيع والبيع، ومن هنا يستطيع القارئ العادي والأديب في السعودية " مثلاُ " الحصول علـى الكتـاب الكويـتي والقطري والبحريني ... إلخ ، ويمكن أن يمتد الاقتراح ليشـمل دور النشـر بالوطن العربي لا سيما الكبرى منها)).[٧٤]

---

[٧٣] – محيي الدين عطية محمد / مستقبل نشر الكتاب الإسلامي (أحد بحـوث نؤتمـر الإعلام الاسلامي والعلاقات العامة : الاظريـة والتطبيـق المنعقـد فـي الريـاض ١٣٩٦/١٠/٢٣هـ = ١٩٧٦/٩/١٦م) . ـــــ الرياض : الندوة العالمية للشـباب المسلم ، ١٣٩٦هـ . ـــــ ص ٥٤٠ .

[٧٤] – أشرف مصطفى هندي ، مرجع سابق ، ص ١٠٠ .

وهذا الاقتراح يحتاج إلى اهتمام من قبل هذه الدور ومختلف مؤسسات النشر الخليجية والعربية ودراسته بشكل جيد ، ويتوقع الباحث أن أسباب نجاحه إقليمياً أكثر من أسباب نجاحه عربياً ، ويرجع ذلك إلى تقارب هذه الدول فيما بينها، ووجود مجلس التعاون الذي يجمعها ، بحيث لو تبنى هذا المجلس مثل هذا الاقتراح وشجعه لرجع بالفائدة الكبرى على انتشار الكتاب الخليجي ومنها السعودي فيما بين هذه الدول .

٨- الحلول المقترحة للإشكالية التي تتعلق بالضبط الوراقي " الببليوجرافي " لما ينشر في الدولة :

ونجد أن من ضمن الحلول ما جاء متمثلاً في النقاط التالية :

أ - العمل الجاد على توافر الببليوجرافية الوطنية السعودية وإتاحتها لعامة الجمهور عبر وسائل متعددة منها إتاحتها على شكل قرص ليزري ، وهذا ما تعمل عليه مكتبة الملك فهد الوطنية الآن ، ولكن بحسب علمي لم يُتَح حتى الآن ، كذلك من ضمن وسائل الإتاحة محاولة المكتبة التفاهم مع المكتبات المركزية الجامعية وغير الجامعية ومراكز المعلومات، كمدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية ، وغيرها من المكتبات التي تستخدم الحاسوب في إدارة عملها بشكل خاص في تقديم خدماتها في تضمين برامجها الببليوجرافية الوطنية السعودية ، بحيث تيسر على

المستفيدين أقصى إمكانية من الاستفادة والإتاحة، خاصة وأن في إتاحتها في الأسواق في شكلها العادي الورقي ، أو على أقراص اللّيزر قد تكون هناك بعض العقبات، من أهمها غلاء سعرالإتاحة على شكل كتاب في الأسواق ونقاط البيع، وصعوبة المتابعة على أساس أن هذه البيليوجرافية في تطور عددي مستمر، أمّا لو اتيحت على شكل قرص ليزر فيترتب على ذلك ضرورة أن يتوافر لدى المستخدم جهاز حاسوبي، وإذا توافر لديه فعليه أن يتأكد من تطابقه مع البرنامج الذي اعتمد في تخزين البيليوجرافية .

ب – العمل على إيجاد نوع من الآلية المشتركة بين الدول العربية في مجال تبادل بيليوجرافياتها الوطنية فيما بينها عبر مكتباتها الوطنية ، بحيث يصبح أمر الاستعلام عن نشاط دولة ما أمراً ميسوراً وسهلاً، إذ إن إتاحة كل مكتبة وطنية البيليوجرافيات الوطنية الأخرى للدول العربية المختلفة على أبناء هذه الدولة التعرف على نشاط هذه الدولة في مجال النشر، وبالتالي يصبح أمر الإفادة متاحاً ولا يحتاج الترحال لطلب المعلومة من هذه الدولة أو تلك .

ج – على جامعة الدول العربية وجهازها المتخصص في هذا المجال أن يعمل بشكل جدي على إيجاد البيليوجرافية الوطنية العربية الشاملة ، وأن لا يوكل هذا الأمر إلى أفراد، بل عليه أن يستحدث الجهاز المتخصص المدعوم مالياً وأدبياً ، ليتولى هذه المهمة مما يجعل أمر استمراريّة وجود مثل هذه البيليوجرافية متيسّراً ومستمرّاً .

٩- الحلول المقترحة لإشكالية القيود المفروضة على إخراج العملة :

ومن ما مرَّ سالفاً فإن هذه المشكلة يعاني منها الكتـــاب الســعودي عندما يريد أن ينطلق خارج الدولة إلى الدول التي لديها مثل هذه القيـــود ، جزئية كانت أم كلية ، وليس من حل لهذه المشكلة إلا أن تتحرر هذه الدول من هذه القيود المالية الصارمة ، وأن تعمل على أقل تقدير استثناء الكتـــاب العربي من هذه الإجراءات والقوانين، ومما لا شك فيه أن الباحث لا يملـــك سوى أن يقترح رفع القيود أو تخفيفها أو استثناء الكتاب منها ، إلا أنـــه لا يمكلك آلية التطبيق والتفعيل لهذه الحلول ، إذ إن الأمر بيد هـــذه الـــدول ، وعلى عاتقها يأتي تحملها تبعات تطبيق مثل هذه الإجراءات وهذه القوانين .

ولعل في الاهتمام بشكل جدي وفعلي بـــ((توسيع فكـــرة النشـــر المشترك، حيث تتعاون دور النشر في الأقطار العربية المختلفة علـــى نشـــر العنوان الواحد في أقطارها وتسويقه بالعملة المحلية مما يجنبها الكثير من القيـود القائمة. كما يمكن للمنظمة العربية للتربية والثقافية والعلوم أن تلعب دوراً في هذا المجال عن طريق إصدار بطاقات تشبه بطاقات اليونسكو ، وعلى نفـــس المبدأ لتسهيل تسويق الكتاب العربي ليس في المنطقة العربية فحســـب وانمـــا خارجها ايضاً))[٧٥] ، مخرجاً جيداً لمواجهة مثل هذه الإشكالية .

ولعل في إثارة هذه القضية من قبل الجهات المختصة التي لها اتصـــال مباشر مع هذه الدول ، ومناقشتها بشكل ودي يحفظ لهذه الدول خصوصيـة قوانينها بما يعود بالفائدة على الناشـــرين السّـــعوديّين والموزعـــين وحـــتى

٧٥ – غسان اللحام ، مرجع سابق ، ص ١١٥ .

المؤسسات ، خوفاً من عزوفهم عن التوزيع ومحاولة إرسال إصداراهم إلى هذه الدول .

ولعل في المعاملة بالمثل ــ وهذا حق مشروع لكل دولة ، أن تعامل الدول الأخرى من واقع المثلية والتساوي ــ فتقرر الدولة على ما يأتي إليها من كتب فيباع داخلها أن يسري على عائداتها ما يسري على العائدات المالية للموزع السعودي الذي يلقى نفس التعامل والأسلوب في تلك الدول .

١٠- الحلول المقترحة لإشكاليّة حصر الاستيراد في بعض الدول العربية في مؤسسة واحدة :

وليس لهذه المعضلة من حلٍّ سوى دعوة هذه الدول التي لديها مثل هذه الإجراء وتطبق مثل هذا النظام إلى أن تفتح أسواقها للناشرين والموزعين ومؤسسات أو شركات التوزيع لولوج أسواقها بوسائط مختلفة ومؤسسات متنوعة ، وأن لا تجعل ذلك حكراً على مؤسسة بعينها؛ لما في ذلك من السلبيات المتعددة التي سبق ذكرها عند تعرض الباحث لهذه الإشكالية في المبحث الثاني .

وبعد فهذه أهم الحلول لإشكاليات التوزيع التي يتعرض لها الكتاب السعودي داخلياً وخارجياً ، ينبغي دراستها جيداً وتبني الصالح منها الذي يمكن تفعيله على أرض الواقع ، خدمة للكتاب السعودي والقائمين عليه ــ

مؤلفـــين وكتّابًا وناشرين وموزعين ـــ أو خدمة للثقافة العامة والمتخصصـــة داخلياً وخارجياً .

مقترحات إضافية :

وهنا يسوق الباحث اقتراحات إضافية يرى فيها معيناً على نشـــر الكتاب السعودي وتوزيعه بشكل يرضي جميع أطراف العلمية والثقافيـــة ، وتتمثل هذه الاقتراحات في النقاط التآلية :

١- الدعوة إلى تبني الصحف المحلية وحتى المجلات الأسبوعية وغير الأسبوعية ما تبنته جريدة الرياض " كتاب في جريدة " الذي يصدر كـــل شـــهر ضمن أعداد هذا الشهرفيحول الكتاب إلى صورة جريدة، وهذا التبـــني من الجريدة جـــاء تلبية واستجابـــة لدعوة اليونسكو ومديرها العـــام فديريكو مايور[٧٦] (Federico Mayor) ، حيث نجحت الفكـــرة في الدول الناطقة بالأسبانية ، وتعمل هذه الفكرة على ((إيصال الكتاب العربي مجاناً إلى قارئه أينما كان في الوطن العربي وخارجه عـــن طريـــق مطبوع جديد ليس هو كتاباً وليس جريدة بالمعنى التقليدي إنمـــا هـــو كتاب في جريدة، أي إن له صفات الكتاب، إذ يشتمل علـــى مؤلّـــف كامل صدر بالفعل ووُزِّع ككتاب من قبل ، وهو أيضاً علـــى شـــكل ملحق لجريدة يُوزع بنفس الورق مع الطبعة اليومية، إنه شكل لمطبـــوع

---

[٧٦] – شوقي عبدالأمير " كتاب في جريدة " جريدة الريـــاض ، ع ١٠٩٣٥ ، س ٣٥ . ـــ (٩ صفر ١٤١٩هـــ = ٣ يونيو ١٩٨٨ م) . ـــ ص ٢ .

من جنس ثالث، ومن هنا تأتي بعض الصعوبات في فهم صيغته النهائية على المستوى الإخراجي والفني)).[٧٧]

وتعد هذه الوسيلة من الاستجابة للضروريات التي تحبذ وجود بدائل للتواصل الثقافي بين أفراد الأمة الواحدة سواء داخل الوطن أم خارجه ، وهنا ينبغي الإشارة على التأكيد والتركيز المتخصص من قبل الصحف المحلية والمجلات الأسبوعية وغير الأسبوعية على الكتاب السعودي ونشره ، ذلك أن من حق الكتاب السعودي أن يلقى العناية اللازمة كحق مشروع على هذه الصحف والمجلات كحفاظ على الثقافة المحلية والسعي على نشرها في شتى أقطار المعمورة .

٢- وضع سياسة إعلانية مشتركة بين الدول العربية تمنح الكتاب العربي امتيازات في مجال الإعلان ، وأفضلية في الإجراءات وتسهيلها ومرونتها وتوحيدها أيضاً قدر الامكان ، وهذه السياسة الإعلانية تكون سارية المفعول على كافة وسائل ووسائط الإعلان المرئي والمسموع والمقروء على حدٍّ سواء، ومن شأن ذلك أن يسهل من عملية تسويق الكتاب العربي وترويجه في كافة أقطار الدول العربية .

٣- التشجيع على إنشاء الجمعية المحلية التي تهتم بشؤون النشر داخل الدولة وخارجها ، وأن تكون مهمتها الأساسية الكتّاب والكتاب والناشرين والموزعين ، تهتم بقضاياهم وترعى شؤون النشر بكل إشكآلياته وقضاياه، إذ ((يتطلب تصحيح المسار بادئ ذي بدء إنشاء اتحاد أو

---

[٧٧] – شوقي عبدالأمير ، المرجع السابق ، ص ٢ .

مجرد جمعية للناشرين السعوديين تتوافر على إجازة من يتخذ النشر حرفة وصناعة ، وتضع لذلك الشروط والمعايير بدلاً من ترك الحبل على الغارب على هذا النحو السائد الآن)).[78]

٤- لفت انتباه مختلف الإدارات الحكومية السعودية على أنه من الضروري أن ((تقتصر في الشراء على السعوديين، وليس سواهم ، ويجب ألا يشترى من غيرهم ، فإذا كانت الوزارة في حاجة إلى كتاب لمؤلف غير سعودي تفرض أن يكون شراء الكتاب عن طريق مؤلف سعودي . وهذا مطلب عادل ، فوزارات الأقطار العربية لا تشتري من السعوديين ، والمقابلة بالمثل شريعة متبعة)).[79]

٥- حث الناشرين السعوديين على التنوع الموضوعي في الإنتاج الفكري ، وعلى عدم الاقتصار في النشر على الكتب الدراسية والجامعية ، والولوج إلى مجالات موضوعية أخرى أكثر أهمية وخدمة للثقافة العامة والمتخصصة ((إن الناشر السعودي مدعو إلى اقتحام مجال الكتب المرجعية : القواميس ودوائر المعارف والأدلة وكتب التراجم بما لديه من إمكانيات مالية عالية قد لا تتوافر لدى الناشرين في الدول العربية الأخرى)).[80]

٦- حث الجهات المختصة كوزارة الإعلام والمؤسسة العامة لرعاية الشباب والجامعات والأندية الثقافية المحلية على تبني المؤتمرات والندوات المختلفة

---

[78] - شعبان عبد العزيز خليفة ، مرجع سابق ، ص ٣ .

[79] - حامد عباس ، مرجع سابق ، ص ٦٤ .

[80] - شعبان عبدالعزيز خليفة ، مرجع سابق ، ص ٣ .

وحلقات النقاش التي تهتم بشؤون النشر والتوزيع ، ودعوة المختصين لحضورها والمشاركة في فعاليتها بأبحاث تثري المجال وتسهم في علاج القضايا والإشكاليات التي تواجه الكتاب السعودي داخلياً وخارجياً ، والخروج بحلول مدروسة ذات قيمة علمية مرتفعة يشارك في صياغتها العاملون في المجال والمنظرون له ، ولو كان هذا اللقاء الدوري يتم سنوياً أو حتى كل سنتين ويعقد في مختلف مناطق الدولة لكان هذا حسناً .

ليس هذا فحسب بل إن هذا النشاط ينبغي أن يكون عربياً كذلك ، يسهم فيه مختلف الناشرين والموزعين ومؤسسات وشركات التوزيع السعودية والعربية في إثراء هذه اللقاءات والتفاعل معها والمشاركة الإيجابية القائمة على تبادل الخبرات، والإسهام بالبحوث العلمية التي تسهم في علاج إشكاليات النشر العربي بشكل عام والسعودي بشكل خاص .

٧- دعوة الناشرين والموزعين السعوديين إلى تبني مجلة علمية محكمة تتبنى قضاياهم ، وتناقش إشكاليات النشر والتوزيع بكل شؤونه وأموره ، مما يمهد الطريق إلى الرفع من مستوى أدائهم المهني المتخصص .

٨- ومن واقع الاجابات الواردة في الاستبانات السبع عشرة والزيارات الميدانية لدورالنشر والتوزيع السعودية اتضح أن الغالب في إدارة التوزيع لديها موكل إلى أفراد غير مؤهلين علمياً لهذا الجانب المهم ، مما اقتصر عملهم على إرسال الطلبيات التي تطلب من الجهات التي تريد الحصول على إصدارات هذا الناشر أو ذاك ، دون السعي الحثيث المدروس حول وجود جهد تسويقي وتوزيعي مبني على أسس علمية وخطط مدروسة،

. ولهذا ينبغي على الناشرين والموزعين السعوديين العمل الجاد والاهتمام المركز بهذا الجانب الحيوي والمؤثر.

قائمة المراجع

١- إبراهيم مصطفى (وآخرون) / المعجم الوسيط . - استنبول : المكتبة الإسلامية ، ١٣٩٢هـ . — ٢ج .

٢- أحمد رضا / معجم متن اللغة . — بيروت : دار مكتبة الحياة، ١٣٨٠هـ . — ٥مج .

٣- أحمد محمد الشامي ، سيد حسب الله / المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات . — الرياض : دار المريخ ، ١٤٠٨هـ . — ١٢٠٤ص .

٤- أحمد محمد القلال / الناشرون ونشر المطبوعات . — بنغازي : منشورات جامعة قاريونس . — ١٩٩٤م . - ٢٩٩ ص .

٥- إسماعيل السيد / الإعلان . - الإسكندرية : المكتب العربي الحديث للطباعة والنشر، ١٩٩٠هـ.

٦- أشرف مصطفى الهندي " أربعة حلول لتجاوز محنة الكتاب العربي " المجلة العربية ، س١٣ ، ع١٤٣ . — (ذو الحجة ١٤٠٩هـ - تموز / يوليو ١٩٨٩م) . - ص ص ٩٨ - ١٠٠ .

٧- الكسندر ستيبتشفيتين / تاريخ الكتاب ؛ ترجمة محمد الأرناؤوط . - الكويت : المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، ١٤١٣هـ . - ٢ ج . - (عالم المعرفة ، ١٦٩) .
٨- أمين جبر سليم " أزمة النشر في الوطن العربي " رسالة المكتبة ، مج٢٠ ، ع١،٢ . - (آذار - حزيران ١٩٨٥م) . - ص ص ٤٤ - ٤٩ .
٩- الياس زين " أزمة الكتاب في الوطن العربي " شؤون عربية ، مج١١ . - (ربيع الآخر ١٤٠٢هـ - يناير ١٩٨٢م) . - ص ص ١٥٣ - ١٦٤ .
١٠- بشير الهاشمي / واقع النشر في الوطن العربي وآفاقه المستقبلية . - تونس : المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، إدارة الثاقفة ، ١٩٩٢ م .
١١- أبوبكر بعيرة / التسويق ودوره في التنمية . - بنغازي : جامعة قاريونس ، ١٩٩٣م . - ٢٢٢ ص .
١٢- جارالله أبي القاسم محمود الزمخشري / أساس البلاغة . - بيروت : دار صادر، ١٣٨٥هـ . - ٢ مج.
١٣- حامد عباس / قضية الثقافة في بلادنا : بحوث في الثقافة وتسويق الكتاب ؛ تقديم هاشم عبده هاشم . - مكة المكرمة : مؤسسة هديل للإعلام ١٤٠٠هـ . - ١٢٤ ص .
١٤- حسين العودات " شهادة مشكلات الكتاب العربي اليوم " الموقف الأدبي ، الأعداد ٢٢٢ ، ٢٢٣، ٢٢٤ . - (تشرين أول ، تشرين ثاني ، كانون أول ، ١٩٨٩م) . - ص ص ١١٦ - ١١٩.

١٥- سباعي عثمان " الكتاب السعودي في مواجهة تحديات العمالة الفنية والمنافسة الخارجية " المجلة العربية ، س٥، ع٧ . - (ذو الحجة - اكتوبر أول ١٩٩٨١م) . - ص ص ٢٥ - ٢٨ .

١٦- سعيد الخوري الشرنوبي اللبناني / أقرب الموارد في فصيح العربية والشوارد . - (د . م) : (د . ن)، (د . ت) . - ١مج .

١٧- شعبان عبدالعزيز خليفة " عن النشر والناشرين في المملكة العربية السعودية " مجلة المكتبات والمعلومات العربية ، س٣،ع٤ . - (ذو الحجة ١٤٠٢هـ - أكتوبر١٩٨٢م) . - ص ص ١ - ٤.

١٨- شعبان عبد العزيز خليفة " الكتاب العربي ... مشكلة عربية " مجلة المكتبات والمعلومات العربية، س٣ ، ع١ .- (ربيع أول ١٤٠٣هـ - يناير ١٩٨٣م) . - ص ص ١ - ٥ .

١٩- طلعت الزهيري / الإعلان بين العلم والتطبيق . - القاهرة : دار المعارف ، (د . ت) . - ٣٥٤ص.

٢٠- شوقي عبدالأمير " كتاب في جريدة " جريدة الرياض ، ع ١٠٩٣٥ ، س ٣٥ . - (٩ صفر ١٤١٩هـ = ٣ يونيو ١٩٨٨ م) . - ص ص ١ - ٢ .

٢١- عباس صالح طاشكندي " صناعة الكتاب السعودي المعاصر : دراسة تحليلية " مجلة الاقتصاد والإدارة (جامعة الملك عبدالعزيز) ، ع١١ . - (رجب ١٤٠٠هـ - يونيو ١٩٨٠م) . - ص ص ١ - ٤٧ .

٢٢- عبدالتواب شرف الدين ، عبدالفتاح الشاعر / المعجم الموسوعي لعلوم المكتبات والتوثيق . — الكويت : كاظمة للنشر والترجمة والتوزيع ، ١٩٨٤م . - ٤٤٨ ص .

٢٣- عبدالوهاب عبدالسلام أبو النور " مشكلات الكتاب العربي من الصناعة إلى القراءة " مجلة عالم الكتب ، مج١٤، ع٦ . - (الجملدان ١٤١٤هـ — نوفمبر — ديسمبر ١٩٩٣م) . — ص ص ٦٠٩ - ٦٢٧ .

٢٤- عبداللطيف الصوفي / لمحات من تاريخ الكتاب والمكتبات . - دمشق: دار طلاس للدراسات والترجمة والنشر ، ١٩٨٧م . - ٤٤٤ ص .

٢٥- عبدالله محمد الشريف " معوقات حركة نشر الكتاب " الناشر العربي ، ع١ . - (يونيو ١٩٨٣م) .- ص ص ٨٦ - ١٠٠ .

٢٦- عبدالمجيد بوعزه " تسويق خدمات المكتبات الجامعية " المجلة العربية للمعلومات ، مج١٤ ، ع٢ . - (١٩٩٣م) . - ص ص ٢٦ — ٤٤ .

٢٧- علي جاب الله مفتاح / عوائق تسويق الكتاب في الوطن العربي . - تونس : المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، إدارة الثقافة ، ١٩٩٢م .

٢٨- علي السلمي / الإعلان . - القاهرة : مكتبة غريب ، ١٩٧٨م . - ٢٠٧ص .

٢٩- علي عقلة عرسان " نحو إستراتيجية عربية للكتاب " الموقف الأدبي ، ع ١٦٥ . - (كانون الثاني ١٩٨٥م) . - ص ص٧ - ١٧ .

٣٠- علي عقلة عرسان واقع النشر في الوطن العربي وآفاقه المستقبلية . - تونس : المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، إدارة الثقافة ، ١٩٩٢م .

٣١- غسان اللحام " ملاحظات عامة حول مشكلات الكتاب العربي " ، الأعداد ٢٢٢ ، ٢٢٣ ، ٢٢٤ . — (تشرين أول ، تشرين ثاني ، كانون أول ، ١٩٨٩م) . - ص ص ١١٠ - ١١٥ .

٣٢- فؤاد أبو إسماعيل / إدارة التسويق : المفاهيم ، التطبيق ، تطوير الأداء . - القاهرة : دار النهظة العربية ، ١٩٩١م . - ٥٧٦ ص .

٣٣- فؤاد عبدالعال " النشر هويته وتقنيته مع نقد نماذج خليجية " عالم الكتب ، مج٤ ، ع١ .- (رجب ١٤٠٣هـ — أبريل ١٩٨٣م) . — ص ص ٦٣ - ٧٣ .

٣٤- مجبل لازم مسلم المالكي " مشكلات النشر في الدول النامية " المجلة العربية للمعلومات ، مج١٧، ع١ . - (١٩٩٦م) . - ص ص ١٨ - ٤٥ .

٣٥- محمد بن أبي بكر بن عبدالقادر الرازي / مختار الصحاح . - بيروت : دار الكتاب العربي، ١٩٩٧م .- ص ٧١٩ .

٣٦- محمد طاهر فلمبان " تسويق الكتاب السعودي أيضاً : عود على بدء " المنهل ، س٤٦ ، ع٤١ . (المحرم ١٤٠٠هـ نوفمبر ١٩٨٠م) . صفحة واحدة .

٣٧- محمد عدنان سالم / هموم ناشر عربي . بيروت / دمشق : دار الفكر المعاصر / دار الفكر، ١٤١٥هـ . ٢٠٧ ص .

٣٨- محمد ماهر حمادة / الكتاب العربي مخطوطاً ومطبوعاً : تاريخه وتطوره حتى مطلع القرن العشرين . الرياض : دار العلوم للطباعة والنشر ، ١٤٠٤هـ . ٣١٥ ص .
٣٩- محمد ماهر حمادة / المكتبات في الإسلام نشأتها وتطورها ومصائرها . بيروت : مؤسسة الرسالة، ١٣٩٨هـ . ٢٢٤ ص .
٤٠- محمد محمد إبراهيم ، ثابت عبدالرحمن إدريس / المدخل الحديث في إدارة التسويق . - القاهرة: مكتبة عين شمس ، ١٩٩٠م .
٤١- محمد بن أبي بكر بن عبدالقادر الرازي / مختار الصحاح . - بيروت : دار ومكتبة الهلال ، ١٩٨٨م .- ٧٤٥ ص .
٤٢- محمود أحمد الزنجاني / تهذيب الصحاح ؛ تحقيق عبد السلام محمد هارون، أحمد عبدالغفور عطار. — القاهرة : دار المعارف ، ١٩٥٣م . - ٣مج .
٤٣- محيى الدين الأزهري / التسويق الفعال : مبادئ وتخطيط . - القاهرة : دارالفكر العربي ، ١٤١٦هـ .- ٦٥٠ ص .
٤٤- محيى الدين عطية محمد / مستقبل نشر الكتاب الإسلامي (أحد البحوث المقدمة للمؤتمر الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية الذي نظمته الندوة العالمية للشباب الإسلامي المعقود في الرياض في الفترة ٢٣ شوال ١٣٩٦هـ - الموافق ١٦ اكتوبر ١٩٧٦م) . - الرياض : الندوة العالمية للشباب المسلم ، [١٣٩٦هـ] .

٤٥- منير البعلبكي " الكتاب العربي ومشـــــكلات النشـــر والتوزيـــع " الآداب، س٢٠ ، ع١ .- (كانون الثاني [يناير] ١٩٧٢م) . - ص ص ٧٠ - ٧٣ .

٤٦- مودا سطفان هاشم / تجارة الحرف المطبوع : نشر الكتاب في لبنـــان والتوزيع في العالم العربي ؛ ترجمة أحمد خليل . - لندن : دار الساقي ، [١٩٩١م] .

٤٧- نبيه غطاس / معجم مصطلحات الاقتصاد والمـــال وإدارة الأعمـــال (انجليزي ــ عربي) . — بيروت : مكتبة لبنـان ، ١٩٩٧م . — ٦٧٧ ص .

٤٨- " ندوة مشكلات النشر والتوزيع وحماية ملكية الإنتاج الثقافي وحقوق الكاتب العربي : توصيات الندوة " عالم المعلومـات ، ع٤ ، س٥ . — (١٩٨٢م) . — ص ص ٦٩ - ٧١ .

٥٠- يحيى محمود ساعاتي (بن جنيد) " ملامح من تاريخ تجارة الكتـــب في الإسلام " العصور ، مج١، ج١ . - (جمـــادى أول ١٤٠٦هـــــ - يناير ١٩٨٦م) . - ص ص ٧١ - ٧٨ .